

Universidade de Lisboa

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



**O TURISMO CULTURAL EM CIDADES MÉDIAS DO PATRIMÓNIO UNESCO:  
UMA COMPARAÇÃO ENTRE A EXPERIÊNCIA ITALIANA E PORTUGUESA.**

**ROSARIO DE IULIO**

Orientadores: Prof. Doutor *José Manuel Henriques Simões*  
Prof. Doutor *Sérgio Claudino Loureiro Nunes*

Doutoramento em Geografia  
Especialidade de Geografia Humana.

2017



Universidade de Lisboa

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



**O TURISMO CULTURAL EM CIDADES MÉDIAS DO PATRIMÓNIO UNESCO:  
UMA COMPARAÇÃO ENTRE A EXPERIÊNCIA ITALIANA E PORTUGUESA.**

ROSARIO DE IULIO

Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de doutor em Geografia,  
especialidade de Geografia Humana.

Júri:

Presidente: Doutora Maria Lucinda Cruz Santos Fonseca, Professora Catedrática e Presidente  
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa

Vogais:

- Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos, Professor Associado com Agregação  
Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
- Doutor Fernando João Matos Moreira, Professor Adjunto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
- Doutora Maria da Graça dos Santos Antunes Moreira, Professora Auxiliar  
Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa
- Doutor Eduardo Brito Henriques, Professor Associado  
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa
- Doutor Sérgio Claudino Loureiro Nunes, Professor Auxiliar  
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa

2017





*Ma la città non dice il suo passato,  
lo contene come le linee di una mano,  
scritto negli spigoli delle vie,  
nelle griglie delle finestre, negli scorrimani delle scale...*

Italo Calvino, 1972 *Le città invisibili*

*É preciso ver o que não foi visto,  
ver outra vez o que viu já;  
é preciso voltar aos passos que foram dados,  
para os repetir, e traçar caminhos novos ao lado deles.*

José Saramago, 1981 *Viagem a Portugal*



## AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento desta tese representa para mim a fase mais importante de um longo processo de estudo, que me levou a aprender mais sobre a língua e a cultura lusitanas.

O meu interesse por Portugal e sua cultura tem vários anos, desde quando fui um estudante universitário que escolheu frequentar um curso de Língua e Literatura Portuguesa, da Professora Doutora Maria Luisa Cusati e da Professora Doutora Maria Teresa Mendes.

Nas respetivas aulas, eu comecei a aprender a base da língua - embora não seja fácil esta aprendizagem (basta lembrar as muitas regras de gramática e ortografia!), gostei imediatamente. Mais tarde, houve o aprofundamento da história portuguesa, em particular da *Idade do Ouro*, ou seja, da *Época dos Descobrimentos*, onde pequenos homens, em navios frágeis, foram capazes de descobrir mundos até então desconhecidos e contribuíram, de maneira crucial, para o conhecimento do nosso planeta.

A produção de cartas, histórias de viagens e ilustrações relacionados com a *Época dos Descobrimentos* tem sido interessante para mim, como geógrafo (e sinto-me cada vez mais um geógrafo, sem prejuízo da minha formação inicial como arquiteto) que se interessa por viagens.

Após a licenciatura em Arquitetura, em 1996, tive a oportunidade de melhorar o meu conhecimento da língua e da cultura lusitanas e vivi em Portugal alguns meses, com o apoio de uma bolsa de estudos do Instituto Camões. Foi uma experiência muito positiva, que marcou profundamente a minha vida. Por isso, ainda hoje eu gostaria de agradecer a todos aqueles que me estimularam para esta aventura.

Desde então, tem sido um crescendo de relatórios científicos, como participar em algumas conferências, a publicação de artigos em revistas geográficas como *Finisterra* e *Apogeo*, a adesão à Sociedade de Geografia de Lisboa e à Associação Portuguesa de Professores de Geografia e, finalmente, a frequência do curso de Doutoramento em Geografia no Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa/IGOT-ULisboa.

Esta dissertação foi escrita em italiano e traduzida para português. Agradeço a todos os que contribuíram para a mesma tradução e, desde já, ao leitor, pois tenho consciência das limitações sempre associadas à complexidade e imperfeição de uma tradução.

Por fim, quero agradecer, em primeiro lugar, aos professores orientadores da minha tese: o Professor Doutor José Manuel Simões e o Professor Doutor Sérgio Claudino, pelas suas valiosas sugestões, necessárias para resolver e superar as dificuldades que

caracterizaram o trabalho de pesquisa; e à Professora Doutora Maria Lucinda Fonseca, Presidente do IGOT-ULisboa, pela sua liderança durante o decorrer deste Doutoramento. Por último, mas não menos importante, agradeço à minha família, ao meu pai, que desde “lá de cima” certamente ainda me acompanha, aos meus muitos amigos e um agradecimento especial ao Mauro, por todas as vezes que me levou para o aeroporto em horas madrugadoras!

## RESUMO

Esta tese de doutoramento tem como tema principal o estudo do "efeito Unesco", que consiste em verificar a existência, no turismo, da vantagem competitiva das cidades médias, cujo centro histórico está incluído no WHL (*World Heritage List*), em relação a outras cidades similares, que não têm o centro histórico no WHL.

É sabido que as razões pelas quais as autarquias locais pedem a inscrição de um lugar na WHL são, principalmente, a melhoria da visibilidade turística do lugar. No entanto, uma tal inscrição determina, pelas autarquias, um considerável esforço económico e de energia. Então, em termos de turismo, a inclusão de uma cidade no WHL tem vantagens efetivas? Faz sentido o esforço desta inclusão?

O trabalho pode ser dividido em duas partes. Na primeira, foi analisada a origem do fenómeno do turismo e do seu desenvolvimento, com especial referência para o avanço dos estudos geográficos neste assunto.

Depois, foi tratado o conceito de cultura e a sua interseção com o turismo e, por fim, é realizada uma breve análise das características do turismo cultural.

Tendo presente o tema da tese, considera-se apenas o turismo cultural para os centros históricos da cidade, com atenção especial tanto os seus aspetos positivos como negativos. A primeira parte termina com uma breve discussão sobre a origem e a finalidade da UNESCO e a formação da WHL. Na segunda parte, analisa-se o significado das cidades médias e, de seguida, centramo-nos nas principais características do turismo cultural para as cidades do património, tanto na Itália como em Portugal.

A fim de medir o "efeito UNESCO", comparou-se o desempenho, em termo de turismo, de quatro cidades médias, duas italianas e duas portuguesas, com características semelhantes. As cidades identificadas foram, para a Itália, Siena e Viterbo e, para Portugal, Évora e Santarém. As cidades de Siena e Évora têm os centros históricos incluídos no WHL.

### **Palavras-chave:**

Turismo cultural, cidade médias, património, centros históricos, UNESCO.

## RIASSUNTO

La presente tesi di dottorato ha come argomento principale lo studio dell' "effetto Unesco", ossia quello di verificare l'esistenza in termini turistici di un vantaggio competitivo delle città medie il cui centro storico è incluso nella WHL rispetto ad altre simili, non incluse nella WHL.

È noto che le ragioni che spingono le Amministrazioni pubbliche all'iscrizione di un sito alla WHL sono in primo luogo il miglioramento della visibilità turistica del bene stesso. Però, tale iscrizione comporta da parte delle Amministrazioni pubbliche un notevole sforzo economico e di energie, ed allora in termini turistici l'inclusione alla WHL porta ancora vantaggi? ha ancora significato?

Il lavoro può suddividersi in due parti. Nella prima si è trattato dell'origine del fenomeno turistico e della sua evoluzione, con particolare riferimento all'avanzamento degli studi geografici in questo argomento.

Di seguito, si è approfondito il concetto di cultura e della sua relazione con il turismo, ed infine una breve analisi delle caratteristiche del turismo culturale.

In particolare, visto l'argomento della tesi, si è esaminato solo il turismo culturale verso i centri storici delle città, con particolare attenzione sia agli aspetti positivi e sia a quelli negativi di tale attività.

La prima parte si conclude con una breve trattazione sulla origine e sulle finalità dell'UNESCO, e quindi della nascita della WHL.

La seconda parte, più applicativa, in principio analizza il significato del termine *città media*, e poi si sofferma sui tratti salienti del turismo culturale verso le città d'arte, sia in Italia e sia in Portogallo.

Al fine di poter misurare l' "effetto UNESCO", si sono pertanto confrontate le prestazioni turistiche di quattro città medie italiane e portoghesi con caratteristiche simili. Le città individuate sono rispettivamente per l'Italia, Siena e Viterbo, dove solo la prima ha il centro storico incluso nella WHL, mentre per il Portogallo sono state scelte Évora e Santarém, dove la prima ha il centro storico incluso nella WHL.

### **Parole chiave:**

Turismo culturale, città medie, patrimonio, centri storici, UNESCO.

## ÍNDICE GERAL

<b>AGRADECIMENTOS</b>	7
<b>RESUMO</b>	9
<b>RIASSUNTO</b>	10
<b>ÍNDICE GERAL</b>	11
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	15
<b>ÍNDICE DE QUADROS</b>	17
<b>SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS</b>	19

<b>I INTRODUÇÃO</b>	20
<b>I.1 A revalorização dos centros históricos</b>	20
<b>I.2 Objeto de estudo</b>	22
<b>I.3 Pertinência da investigação</b>	28
<b>I.4 Objetivos</b>	30
<b>I.5 Pergunta de partida</b>	32
<b>I.6 Metodologia</b>	40
<b>I.7 Organização</b>	48

<b>II TURISMO TERRITÓRIO CULTURA</b>	51
<b>II.1 O turismo: definição, origem, tipologias</b>	51
<b>II.1.1 Breves notas sobre a origem e o significado do turismo</b>	51
<b>II. 1.2 As fases evolutivas do turismo</b>	68
<b>II.1.3 Os tipos de turismo</b>	79
<b>II.1.4 O conceito de fluxos turísticos e de destino turísticos</b>	81
<b>II.1.5 Origem e evolução de um destino turístico</b>	83
<b>II.1.6 O conceito de branding, marca e de imagem turística</b>	87
<b>II.1.7 O turismo e os impactos nos destinos</b>	89
<b>II.1.8 A evolução dos estudos sobre a relação entre o turismo e território: o papel da geografia do turismo</b>	97

<b>II.2 A RELAÇÃO ENTRE TURISMO E CULTURA</b>	117
II.2.1 Breves sobre as origens e sobre a evolução do conceito de cultura	117
II.2.2 Do conceito de cultura ao de Património Cultural e de Bem Cultural	121
II.2.3 A evolução do conceito de centro histórico como Património Cultural a preservar	129
II.2.4 As atuais políticas de Restauro Urbano nos centros históricos	143
II.2.5 O turismo cultural: definições, origens, tipologias	147
II.2.6 O turismo cultural: a oferta	156
II.2.7 O turismo cultural: a procura	163

<b>III A RELAÇÃO COMPLEXA ENTRE A CIDADE E O TURISMO: PROBLEMAS E DESAFIOS</b>	172
III.1 A cidade e o turismo	172
III.2 Os impactos turísticos nas cidades do património	188
III.3 Custos e benefícios nas cidades do património	190
III.4 Planear o turismo nas cidades do património	193

<b>IV O TURISMO CULTURAL RUMO ÀS CIDADES DO PATRIMÓNIO EM ITÁLIA E EM PORTUGAL</b>	203
IV.1 Dimensão e características do turismo cultural rumo às cidades do património em Itália	207
IV.2 Dimensão e características do turismo cultural rumo às cidades do património em Portugal	211

<b>V LISTA DO PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE DA UNESCO</b>	217
V.1 A origem da lista do património da unesco em relação à evolução do conceito de cultura	217
V.2 Breves notas sobre os processos de decisão na formação da WHL. A WHL em Itália e em Portugal	229
V.3 As principais atividades realizadas por comissões nacionais da UNESCO de Itália e Portugal	239
V.4 Os centros urbanos inseridos na WHL	247
V.5 A relação entre o turismo e as cidades do património da UNESCO	248
V.6 Consequências territoriais positivas	253
V.7 Consequências territoriais negativas	256



<b>VI CASOS DE ESTUDO</b>	259
<b>VI.2.1 SIENA</b>	268
<b>VI.2.2 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade</b>	268
<b>VI.2.3 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística. A inscrição na WHL</b>	273
<b>VI.2.4 Fluxos turísticos</b>	278
<b>VI.2.5 VITERBO</b>	286
<b>VI.2.6 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade</b>	286
<b>VI.2.7 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística</b>	292
<b>VI.2.8 Fluxos turísticos</b>	295
<b>VI.2.9 ÉVORA</b>	300
<b>VI.2.10 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade</b>	300
<b>VI.2.11 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística. A inscrição na WHL</b>	306
<b>VI.2.12 Fluxos turísticos</b>	313
<b>VI.2.13 SANTARÉM</b>	317
<b>VI.2.14 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade</b>	317
<b>VI.2.15 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística</b>	323
<b>VI.2.16 Fluxos turísticos</b>	328

<b>VII. COMPARAÇÃO DAS ENTREVISTAS AOS ATORES NACIONAIS, REGIONAIS E LOCAIS</b>	332
<b>VIII. COMPARAÇÃO ENTRE OS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b>	364
<b>IX. CONCLUSÕES</b>	372
<b>X. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	378

<b>ANEXOS</b>	403
<b>Entrevistas</b>	404
<b>Tab. I a; II b; III c; IV d</b>	441
<b>QUADROS DE FLUXOS TURÍSTICOS</b>	
<b>SIENA</b>	442
<b>VITERBO</b>	446
<b>ÉVORA</b>	448
<b>SANTARÉM</b>	450

## ÍNDICE DAS FIGURAS

Fig. 1	Criação do conhecimento em turismo na visão de John Tribe.	36
Fig. 2	Centros históricos, cidades e conjuntos na Lista do Património Mundial da UNESCO em Itália (2015).	43
Fig. 3	Centros históricos e conjuntos inscritos na Lista do Património Mundial em Portugal (2015).	44
Fig. 4	Componentes dos turismos de nicho.	74
Fig. 5	Componentes do produto turístico do destino.	85
Fig. 6	Extensão do ciclo de vida de uma localidade turística sustentável.	95
Fig. 7	Modelo de circulação turística de Umberto Toschi (1948).	99
Fig. 8	Tipos de estruturas de espaços urbanos turísticos.	103
Fig. 9	Modelo de Leimgruber.	106
Fig.10	Modelo de Thurot.	107
Fig. 11	Modelo de Butler.	109
Fig. 12	Modelo de Miossec.	111
Fig. 13	Os três modos de entender a cultura de acordo com Williams (1968) e as implicações do turismo/cultura.	121
Fig. 14	Esquema interpretativo dos conceitos de Património Cultural e Bens Culturais.	124
Fig. 15	Visitantes e turistas nas <i>cidades do património</i> .	169
Fig. 16	As síndromes do turista.	171
Fig. 17	Componentes do produto turístico urbano.	182
Fig. 18	Custos e benefícios do turismo das cidades do património.	192
Fig. 19	Planeamento sustentável das cidades do património.	195
Fig. 20	Chegadas de estrangeiros classificados por tipo de localidades (2014).	209
Fig. 21	Dormidas de estrangeiros classificados por tipo de localidades (2014).	209
Fig. 22	Principais atividades turísticas dos viajantes <i>Touring</i> no ano 2003	212
Fig. 23	Fontes de informação consultadas para visitar a Cidade de Évora.	215
Fig. 24	As áreas de atividade da UNESCO.	218
Fig. 25	As peculiaridades do património cultural de acordo com a UNESCO.	222
Fig. 26	Evolução do conceito de cultura no âmbito da UNESCO.	224
Fig. 27	Evolução dos bens inscritos por critério a cada ano.	232
Fig. 28	Visão global dos custos.	252
Fig. 29	Esquema metodológico de síntese dos casos de estudo.	266
Fig. 30	A forma da Piazza del Campo, Siena.	271
Fig. 31	Ambrogio Lorenzetti (1290-1348) a <i>Allegoria del Buon Governo</i> . Palazzo Pubblico, Siena.	272
Fig. 32	Chegadas a Siena nos anos 1991- 2000, de italianos e estrangeiros.	279
Fig. 33	Percentagem de chegadas em Siena, nos anos 1991-2000, de italianos e estrangeiros.	279
Fig. 34	Dormidas em Siena nos anos 1991- 2000, de italianos e estrangeiros.	280
Fig. 35	Percentagem de dormidas em Siena, nos anos 1991-2000,	

	diferenciando os italianos dos estrangeiros.	280
Fig. 36	Chegadas a Siena nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	281
Fig. 37	Percentagem de chegadas em Siena, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	281
Fig. 38	Dormidas em Siena nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	282
Fig. 39	Percentagem de dormidas em Siena nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	282
Fig. 40	Palazzo dei Papi, Viterbo.	290
Fig. 41	Praça Fontana Grande, Viterbo.	291
Fig. 42	Chegadas em Viterbo nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	296
Fig. 43	Percentagem de chegadas em Viterbo, nos anos 2002-2012, diferenciando os italianos dos estrangeiros.	296
Fig. 44	Dormidas em Viterbo, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	297
Fig. 45	Percentagem de dormidas em Viterbo, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros.	297
Fig. 46	O Templo de Diana, Évora.	302
Fig. 47	Praça do Giraldo, Évora.	304
Fig. 48	Chegadas em Évora nos anos 2002-2012, de portugueses dos estrangeiros.	313
Fig. 49	Percentagem de chegadas em Évora, nos anos 2002 -2012, de portugueses dos estrangeiros.	313
Fig. 50	Dormidas em Évora nos anos 2002-2012, de portugueses dos estrangeiros.	314
Fig. 51	Percentagem de dormidas em Évora, nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros.	314
Fig. 52	O poderoso sistema de defesa do castelo de Santarém.	319
Fig. 53	Santarém numa gravura do sec. XIX durante as invasões francesas.	321
Fig. 54	Chegadas em Santarém, nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros.	328
Fig. 55	Chegadas em Santarém, nos anos 2002 -2012, de portugueses e estrangeiros.	328
Fig. 56	Dormidas em Santarém nos anos 2002-2012, de portugueses dos estrangeiros.	329
Fig. 57	Dormidas em Santarém, nos anos 2002-2012, de portugueses dos estrangeiros.	329

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1	Nº de habitantes de cidades médias e do maior centro urbano de alguns países da União Europeia.	26
Quadro 2	Cidades-património da UNESCO e população residente (2015).	45
Quadro 3	Cidades-património da UNESCO em Portugal e população residente (2011).	45
Quadro 4	Síntese dos materiais utilizados para responder às perguntas de partida.	48
Quadro 5	Estrutura da tese.	50
Quadro 6	Principais características, segundo o tipo de reunião.	60
Quadro 7	Importância dos Requisitos que um centro de reuniões deve compri.	61
Quadro 8	Classificação dos viajantes segundo a WTO.	65
Quadro 9	Aspetos que definem o turismo de acordo com a perspectiva sociológica.	66
Quadro 10	As fases evolutivas do turismo.	78
Quadro 11	Efeitos do turismo sobre o meio natural.	93
Quadro 12	Evolução dos tipos de turismo cultural.	156
Quadro 13	Tipos de atrações turísticas.	157
Quadro 14	Tipos de turismo cultural.	160
Quadro 15	Tendências evolutivas do Turismo Cultural.	172
Quadro 16	Tipologias de destinos de turismo urbano.	183
Quadro 17	Gestão do património cultural e organização do turismo.	194
Quadro 18	Relação entre turistas e residentes em algumas cidades europeias (2008).	198
Quadro 19	Atores-chave relativamente aos objetivos do turismo sustentável.	201
Quadro 20	Top 10 dos destinos turísticos internacionais.	205
Quadro 21	Quota de mercado Mediterrâneo, receitas turísticas internacionais.	206
Quadro 22	Chegadas e dormidas estrangeiras na Itália 2008-2015.	207
Quadro 23	Os turistas estrangeiros em Itália, classificados por tipo de local visitado (2014).	208
Quadro 24	Chegadas e dormidas estrangeiras em Portugal 2008-2014.	211
Quadro 25	Lista dos sítios italianos protegidos pela UNESCO.	234
Quadro 26	Lista dos sítios portugueses protegidos pela UNESCO.	235
Quadro 27	Esquema de síntese das Entrevistas administradas.	265
Quadro 28	Principais atrações turísticas no centro histórico de Siena.	278
Quadro 29	Os pontos fortes e pontos fracos do turismo em Siena.	285
Quadro 30	Principais atrações turísticas no centro histórico de Viterbo.	295
Quadro 31	Os pontos fortes e fracos do turismo em Viterbo.	299
Quadro 32	Principais atrações turísticas no centro histórico de Évora.	312
Quadro 33	Os pontos fortes e fracos do turismo em Évora.	316
Quadro 34	Principais atrações turísticas de Santarém.	327

Quadro 35	Os Pontos fortes e os pontos fracos do turismo em Santarém.	330
Quadro 36	Respostas dos representantes da UNESCO Itália e da UNESCO Portugal.	334
Quadro 37	Respostas da Agenzia regionale Toscana Promozione.	337
Quadro 38	Respostas da Agenzia Regionale del Turismo del Lazio.	340
Quadro 39	Comparação de entrevistas dos vereadores centro histórico de Siena e Évora.	346
Quadro 40	Respostas dos vereadores dos centros históricos de Viterbo e Santarém.	353
<b>Quadro 41</b>	Respostas dos representantes de associações comerciais de Siena e Évora.	358
Quadro 42	Respostas dos representantes de associações comerciais de Viterbo e Santarém.	362
Quadro 43	Chegadas e dormidas turísticas nas cidades de Siena e Viterbo nos anos 2002-2012.	366
Quadro 44	Chegadas e dormidas turísticas nas cidades de Évora e Santarém nos anos 2002-2012.	368
Quadro 45	Breve comparação entre Siena e Viterbo.	369
Quadro 46	Breve comparação entre Évora e Santarém.	370

## SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

AGEMN	Administração Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais
CE	Comissão Europeia
D.A.U.	Dizionario di Architettura e Urbanistica
DGEMN	Departamento Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais
EMAS	Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria
ICOMOS	International Council on Monuments and Sites
INE	Instituto Nacional de Estatística
INSART	Istituto Nazionale Ricerche Turistiche
INU	Istituto Nazionale di Urbanistica
IGESPAR	Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico
IPA	Instituto Português de Arqueologia
IPPAR	Instituto Português do Património Arquitectónico
ISO	Organização Internacional de Normalização
ISTAT	Istituto Nazionale di Statistica
ITC	Information and Communication Technologies
IUCN	International Union for Conservation of Nature and Natural Resources
IUFA	International Urban Fellows Association
NUTS	Nomenclaturas de Unidade Territoriais para Fins Estatísticos
ONU	Organização das Nações Unidas
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organismos Não Governamentais
PDM	Plano Diretor Municipal
PENT	Plano Estratégico Nacional do Turismo
PRG	Piano Regolatore Generale
TCI	Touring Club Italiano
UE	União Europeia
UDC	Urban Development Corporations
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WHL	World Heritage List
WHS	World Heritage Sites

# I INTRODUÇÃO

## I.1 A revalorização dos centros históricos

A relação entre turismo, cultura e território representa, desde há algumas décadas, um tema de grande interesse no âmbito dos estudos geográficos, em parte devido ao crescimento mundial do turismo, seja em termos de procura, seja em termos de oferta. De facto, como sublinha Simões (2009, p.15), «as atividades de lazer e turismo, além de revelarem uma dimensão espacial inequívoca, sustentando processos de acelerada ocupação e transformação do espaço e de intensa interação entre lugares, têm uma relevância societal e económica cada vez maior».

Entre as múltiplas consequências produzidas desta esmagadora atividade, registou-se, nas últimas décadas, um aumento geral da concorrência entre as diferentes localidades turísticas, todas elas empenhadas em manter o próprio nível de fluxos turísticos e em melhorar a sua posição nas preferências dos turistas.

Tudo isto estimulou o crescimento do número de investigadores interessados na *destination management* e, em particular, no aprofundamento da relação com o desenvolvimento local (Minguzzi, Presenza, 2010). De resto, o conceito de competitividade de um território está intimamente interligado com o seu nível de desenvolvimento económico e, portanto, com a variedade do tecido empresarial e dos serviços capazes de inovar e de atrair investimentos produtivos externos, com a pretensão de gerar um ambiente produtivo complexo e dinâmico, onde o desenvolvimento turístico, através da sua transversalidade, pode contribuir ou determinar uma melhoria económica do território (Buhalis, 2000).

É sabido que, para um território poder captar maiores fluxos turísticos nacionais e internacionais, não basta estar dotado de grandes atrações e equipamentos turísticos, ou possuir políticas turísticas baseadas na colaboração e participação dos atores; antes, pelo contrário, é necessário uma *governance* unitária, que seja capaz de sintetizar, numa *vision* global, o contributo multifacetado dos vários *stakeholders*, institucionais ou não, presentes no território, com a finalidade de alcançar uma maior visibilidade (Solima, 2012). É nesta ótica que se explica, segundo alguns estudiosos, a multiplicação, na última década, das candidaturas à Lista UNESCO do Património Mundial da Humanidade (Ryan, Silvano, 2010).

A Europa, com a sua grande herança histórica e cultural, é um dos principais destinos de turismo cultural do planeta. De facto, segundo algumas estimativas, representa cerca de 40% do turismo europeu, com um potencial de crescimento ainda notável, considerando



que este mesmo turismo se encontra em grande evolução, do ponto de vista do seu conteúdo e dos seus modos de consumo por parte do próprio público (Garibaldi, 2012).

A União Europeia, através da Comissão, promoveu várias iniciativas<sup>1</sup> que têm como objetivo tornar a Europa o primeiro destino turístico a nível mundial: «A Europa tem que propor uma oferta turística sustentável e de qualidade, concentrando-se nas suas vantagens comparativas, em particular sobre a diversidade das suas paisagens e sobre o seu rico património cultural»<sup>2</sup>.

São, precisamente, as muitas pequenas e grandes cidades que compõem o velho continente que têm desempenhado um papel central na história (Benevolo, 1993, p. 3):

«As cidades europeias nascem com a Europa e, num dado sentido deram luz à Europa; são a razão de ser, talvez a principal da Europa como entidade histórica distinta, continuando a caracterizar a civilização europeia quando esta assume um lugar dominante no mundo, e têm uma influência positiva e negativa preponderante nas cidades contemporâneas do mundo inteiro.

A história das cidades europeias e a história da Europa são, em grande parte, um único evento, que foi narrado muitas vezes».

Estas cidades acolheram os testemunhos humanos no lento decorrer do tempo, que hoje se concentram, em grande parte, precisamente, nas áreas mais antigas da cidade, ou seja, nos centros históricos, estando muitos destes incluídos na Lista do património UNESCO.

Durante muito tempo, os centros históricos têm sido considerados lugares desvalorizados, mas graças, também, às numerosas políticas de regeneração urbana, sempre um pouco ativas em qualquer parte do mundo desenvolvido, «the city centre is now seen as having great potential for a new economy, social and cultural post-industrial investment» (Bell, Jayne, 2004, p.3), tornando-se, também, num dos principais destinos do turismo cultural.

---

1 Entre as maiores iniciativas, assinala-se a criação de Itinerários Culturais Europeus através de regiões e países diferentes. Atualmente, é possível contar 29 itinerários culturais transnacionais que ligam cidades, países e comunidades rurais em todo o continente e que têm como objetivo o de apresentar a Europa como um único grande destino turístico.

2 [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural-routes/index\\_it.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural-routes/index_it.htm) (último acesso: 20 de Abril de 2015).

## I.2 Objecto de estudo

O tema da tese, como o título sugere, é o turismo cultural nos centros históricos das cidades médias italianas e portuguesas, que foram declaradas Património Mundial da UNESCO.

A decisão de limitar o interesse a esta categoria de cidade é justificada por algumas razões de ordem geral, tais como:

- a maioria dos cidadãos europeus vive em pequenas e médias cidades, como decorre de um estudo recente, desenvolvido pelo departamento de pesquisa português INTELI: «in the EU, a large proportion of the population lives in small and medium sized urban centres. Approximately 40% live in small urban areas (from 10.000 to 50.000 inhabitants) and 20% in medium sized cities (between 50.000 -250.000 inhabitants) in comparison with the more than 20% that live in large conurbations (more than 250.000 inhabitants)». Portanto, de acordo com o que foi afirmado anteriormente, o turismo poderia ser um meio eficaz de desenvolvimento territorial<sup>3</sup>;
- o incremento do turismo cultural na Europa, devido a várias causas, inclui o aumento médio do nível de instrução da população;
- o nível de saturação turística atingido por algumas localidades típicas do turismo cultural, tais como Veneza, Florença, Praga, Brugges, etc., onde a forte pressão turística, a longo prazo, pode causar sérios danos ao património presente.  
Torna-se, então, necessária, por causa do crescimento do turismo cultural previsto para os próximos anos, a implementação de políticas de aumento da oferta;
- o enorme património cultural presente nas pequenas e médias cidades europeias, ainda não amplamente utilizado para fins turísticos.

Importa, agora, definir o conceito de cidade média. Aprofundando o debate científico que leva à definição do conceito de cidade média, é possível subdividi-lo em dois grandes grupos (Costa, 2002); o primeiro diz respeito a todas as teorias que tiveram como objetivo demonstrar a melhor dimensão, não só espacial, de um centro urbano, mas também económica e social.

---

3 INTELI – Inteligência em Inovação. Centro de Inovação (2011) Creative based Strategies in Small and Medium cities; Guideline for Local Authorities.  
[http://urbact.eu/sites/default/files/import/Projects/Creative\\_Clusters/documents\\_media/URBACTCreativeClusters\\_TAP\\_INTELI\\_Filnal\\_01.pdf](http://urbact.eu/sites/default/files/import/Projects/Creative_Clusters/documents_media/URBACTCreativeClusters_TAP_INTELI_Filnal_01.pdf) (último acesso: 03.05. 2015).

Neste âmbito, é possível referir diversos trabalhos que se sucederam no decorrer do tempo, desde a “Política” de Aristóteles (384-322 a.C.), aos renascentistas italianos como Filarete (1400 – 1469), com o projeto de «Sforzinda» e as cidades ideais de Giorgio Martini (1439-1501), à «cidade do sol» do filósofo Tommaso Campanella (1568-1639), ou, até mesmo, a mais recente «cidade jardim», de Ebenezer Howard (1850-1928), e a «cidade radiosa» de Le Corbusier (1887-1965).

O segundo grupo, por outro lado, valoriza as políticas de planeamento e de desenvolvimento que surgiram em meados do século passado e visavam a nova organização funcional do território, que teria como principal objetivo o reequilíbrio da estrutura urbana.

Considerando o primeiro grupo, a escala territorial de estudo não é mais o restrito perímetro urbano, mas é ainda mais ampla, com uma dimensão, no mínimo, regional. Seguindo esta perspetiva, em França, por ocasião da aprovação do VI Plano de Desenvolvimento Económico e Social (1971-1975), surge, pela primeira vez, o conceito de «cidade média», relacionado com a atividade de reequilíbrio urbano, em favor das áreas menos densamente populosas das regiões do oeste e daqueles lugares distribuídos ao longo da fronteira nacional, tornando-se, assim, nas décadas posteriores, um argumento central nas políticas de planeamento territorial.

Num dos trabalhos apresentados por Lajugie (1974) ao Conseil Économique et Social, para as «cidades médias», foram abordados os seguintes atributos:

- constituírem centros de referência para a migração da população rural para as áreas urbanas e, como tal, oferecerem trabalho no sector industrial e terciário, em alternativa às grandes cidades;
- oferecerem alojamento e serviços coletivos aos novos residentes da cidade;
- oferecerem serviços públicos adequados aos seus habitantes, proporcionando uma elevada qualidade de vida;
- possuírem meios de comunicação que não sejam limitados à ligação com os centros urbanos maiores, de um nível mais alto na hierarquia urbana, mas também com o espaço rural circundante;
- assegurarem uma adequada coesão regional, sem excluir as áreas rurais envolventes.

Mais tarde, em 2006, o ESPON<sup>4</sup> publicou os resultados de um projeto de investigação com o título “The Role of Small and Medium Sized Towns” dos países europeus, fornecendo uma panorâmica dos parâmetros e dos métodos utilizados nos diferentes países europeus, para identificar as cidades de média e pequena dimensão.

Segundo este estudo, a definição de cidade média inclui uma definição ligada à sua consistência demográfica e uma referência a critérios mais qualitativos, ou seja, aqueles que se referem às diversas funções do tipo económico, cultural, financeiro e administrativo, contidos nas cidades, e que são mais ou menos importantes para o resto do território.

A consistência demográfica de uma cidade média depende, claramente, de uma série de fatores estritamente ligados entre si, como por exemplo, a escala territorial de referência, que vai desde a escala regional até a continental ou mundial; o limite demográfico, no qual o centro urbano pode ser definido como cidade e, ainda, o grau de população urbana e o sistema de povoamento nas áreas de análise.

À escala mundial, os valores sobre os quais se classifica uma «cidade média» são bastante heterogéneos, como por exemplo, na Conferência «Habitat II», decorrida em Istambul no ano de 1996, que definiu como cidade de média dimensão todos os centros urbanos com população compreendida entre os 100.000 e os 3 milhões de habitantes (UIA, 1998); no entanto, segundo este critério, alguns países mais pequenos, como Portugal, Grécia ou Irlanda, não possuem nenhuma cidade média e, como tal, é necessário basear-se noutros aspetos.

Entre estes últimos, a literatura científica sugere que se tenha em consideração: o limite mínimo de população, no qual se pode atribuir a designação de cidade a um determinado aglomerado urbano, e o diferencial entre a população do maior centro urbano do país e a população da maior cidade média.

Com estes dois fatores é, então, possível entender o papel e a função exercidos pela cidade média, em comparação com os maiores centros urbanos (Costa, 2002).

Para o primeiro caso, os valores são bastante mais heterogéneos, iniciando com um mínimo de 200 habitantes (Dinamarca) até valores muito mais altos como 10.000 habitantes (Portugal); sobre o segundo fator (diferencial de população), existe um quadro de síntese sobre o funcionamento hierárquico das cidades no contexto nacional.

Para exemplificar, na Alemanha, a maior cidade média (600.000 habitantes) é igual a 1/5 da população da maior cidade; por outro lado, na Grécia, a maior cidade média (100.000

---

<sup>4</sup> ESPON European Spatial Plannig é a estrutura europeia que está orientada para o desenvolvimento de análises territoriais com a finalidade de melhorar a atuação das políticas europeias.

habitantes) é 33 vezes mais pequena que Atenas, a cidade de maior dimensão (Costa, 2002).

No caso de Itália, existe uma vasta literatura sobre este argumento e, segundo Tocci (2010, p.129), definem-se «centros urbanos as cidades com mais de 10.000 habitantes (...) cidades médias os centros com população entre os 50.000 e os 250.000 habitantes, e grandes cidades, os centros com mais de 250.000 habitantes». Nestas últimas décadas, em Itália, com base em estatísticas autenticadas, nas cidades médias concentra-se uma maior qualidade de vida em comparação com os outros centros de maior e de menor consistência demográfica, sendo que 70,04% dos municípios italianos contam com menos de 5.000 habitantes<sup>5</sup>.

O debate científico sobre a cidade média oscila entre a vontade de procurar critérios oportunos para a atribuição de recursos económicos, a necessidade de fornecer uma base útil de conhecimentos a serem utilizados no planeamento e a definição de políticas de desenvolvimento, com o intuito de atribuir, a este tipo de cidades, um importante papel de descompressão das cidades de grande dimensão<sup>6</sup>.

Em Portugal, os estudos fundamentados nas análises dos sistemas urbanos não metropolitanos clarificam que podem ser consideradas cidades de média dimensão os seguintes centros urbanos: Viseu, Aveiro, Torres Novas, Entroncamento, Santarém, Cartaxo, Almeirim e Beja (Avelino, 1998; Gaspar et al. 1998), Caldas da Rainha (Fonseca, 1996), Coimbra (Caetano, 1996) e, por fim, Évora (Ferrão, 1997). Num estudo proposto pela EFILWC (1997), para o caso específico português podem-se considerar centros de dimensão média todos os aglomerados urbanos incluídos até ao nível 3<sup>7</sup>.

A título de exemplo apresenta-se a Quadro 1, como síntese final.

---

<sup>5</sup> Fonte ISTAT, dado referido no dia 1 de janeiro de 2012.

<sup>6</sup> Documento do Departamento para o Desenvolvimento e a Coesão Económica, 20 de Março de 2013 ([www.dps.tesoro.it/Aree Interne](http://www.dps.tesoro.it/Aree%20Interne)) (último acesso 10.05.2015).

<sup>7</sup> O estudo refere-se a cinco níveis hierárquicos dos centros urbanos: nível 1 - centro macro-regional, nível 2 - centro regional, nível 3 – centro sub-regional, nível 4 – centro supra-concelhio, nível 5 – centro concelhio.

<b>PAÍSES</b>	<b>Cidades médias Número de habitantes</b>	<b>Maior centro urbano (habitantes, 2013)</b>
Alemanha	150.000 – 600.000	3.419.623
Dinamarca	< 100.000	569.937
Espanha	30.000 – 300.000	3.165.242
França	20.000 – 100.000	2.274.880*
Grécia	50.000 – 100.000	655.773*
Itália	50.000 – 250.000	2.874.078
Portugal	20.000 – 100.000	547.631*
Reino Unido	150.000 – 600.000	8.615.246

\*2011.

Fonte: EUROSTAT 2011, Costa, 2002. Reelaborado pelo autor

Quadro 1- Nº de habitantes de cidades médias e do maior centro urbano de alguns países da União Europeia.

A Comissão Europeia, com a exigência de homogeneizar a classificação das cidades, a fim de promover as relações entre as diferentes realidades urbanas, procurou conceber um único critério de referência, válido por toda a Europa.

No documento relativo ao “Segundo Audit Urbano”<sup>8</sup>, realizado em 2002, ao referir-se ao importante papel das cidades médias na Europa, estabeleceu que estas devem registar uma população entre os 50.000 e os 250.000 habitantes.

A network europeia Eurotowns<sup>9</sup>, que reúne todas as cidades médias europeias, ao definir os centros intermédios, utiliza apenas o critério de consistência demográfica e confirma o mesmo intervalo de habitantes indicado anteriormente.

Mais recentemente, através da XXXIX Conferência do IUFA, Klaus Kunzman<sup>10</sup> definiu a cidade média deste modo: «what is médium sized towns? The definitions vary. The most common definition is that of a towns a population of 20.000 up to 200.000, depening and the respective urban system in a country».

Com o passar do tempo, a mesma definição de cidade média, baseada apenas nos parâmetros demográficos, tornou-se insuficiente; de resto, na Europa, a partir dos anos oitenta, as cidades médias sofreram um forte crescimento demográfico e aumentaram de número.

<sup>8</sup> [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/official/communic/pdf/urban/com\\_2002\\_308\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/communic/pdf/urban/com_2002_308_it.pdf) (último acesso 10.05.2015).

<sup>9</sup> [www.eurotowns.org](http://www.eurotowns.org) (último acesso em 25.05.2015).

<sup>10</sup> “Medium sized towns, Strategic plannig and reative governance in the south Bartic Arc”, apresentado na XXXIX Conferência da International Urban Follows Association (IUFA), em 2009.

Alguns autores sustentam que as causas deste fenómeno advêm da procura de melhores condições de vida que este tipo de cidade pode oferecer aos habitantes, apresentando todas as vantagens do centro urbano e, ao mesmo tempo, com menos consequências negativas, típicas das grandes cidades, como a poluição, o excesso de tráfego, menor taxa de delinquência, etc. (Toinard, 1996). Resulta, assim, que as cidades mais atrativas são as que contêm mais funções e, portanto, mais serviços.

Neste sentido, a geógrafa Enrica Lemmi (2012) classifica as cidades de acordo com as funções presentes em "grandes", "médias", "pequenas" e "não-cidades". Segundo esta classificação, as cidades que são capitais provinciais (ou distritais) possuem uma série de funções administrativas, o que as leva a aumentar o seu nível hierárquico dentro do âmbito urbano nacional.

A Europa aparece como o continente mais urbanizado do mundo, onde dois terços da população vivem em áreas urbanas, e as previsões futuras preveem um maior crescimento. Supõe-se, por isso, que o futuro do continente passará, certamente, por uma política de reabilitação e requalificação do espaço urbano.

Em particular, a centralidade das políticas territoriais no que diz respeito às cidades médias é, também, demonstrada pelo relatório da Direcção-Geral da Política Regional e Urbana da Comissão Europeia, de outubro de 2011<sup>11</sup>: «as cidades médio-pequenas prósperas e dinâmicas podem desempenhar um papel importante não só para o bem-estar dos habitantes, mas também para as próximas populações rurais.

Estas servem para impedir o despovoamento das zonas rurais e o êxodo para as cidades e para promover um desenvolvimento equilibrado do território».

### **I.3 Pertinência da investigação**

A literatura científica internacional, interessada na controversa relação entre a Lista do Património UNESCO e os fluxos turísticos, tornou-se muito mais ampla e articulada, sendo possível subdividi-la em três principais correntes de investigação (Solima, 2012).

A primeira consiste na análise histórica dos fluxos turísticos de um determinado território inserido na Lista do património UNESCO, para poder compreender quais as mudanças

---

11

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/studies/pdf/citiesoftomorrow/citiesoftomorrow\\_summary\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/citiesoftomorrow/citiesoftomorrow_summary_it.pdf) (último acesso 25.05.2015).

nas dinâmicas destes fluxos e qual a sua importância, a partir do ano de inscrição na Lista.

A segunda corrente foca a atenção nas diferenças entre os diversos sítios contidos na Lista, analisando-os em relação ao tipo de uso feito após a sua eleição. Por outras palavras, analisa o tecido económico e social dos lugares incluídos na Lista, evidenciando-se que o valor da designação UNESCO não é automaticamente e mecanicamente gerado pela denominação, em si mesma, mas é valorizado pelas motivações e ações que orientam as políticas dos diferentes *stakeholders* locais, envolvidos no projeto.

A última corrente faz uma distinção entre os diferentes locais da UNESCO com base nas motivações do pedido de inclusão na Lista, salientando que uma boa parte deles não recebe benefícios económicos pela energia e pelos investimentos utilizados para alcançar este objetivo. Esta corrente evidencia, ainda, a importância de um espetro de análise muito mais amplo do que, apenas, uma simples avaliação dos dados sobre os fluxos turísticos; sugere, pelo contrário, um estudo comparativo das características geoeconómicas do local, antes e depois da sua integração na lista da UNESCO e, em particular neste último passo, destaca se foram iniciados novos investimentos e projetos de desenvolvimento local.

Mas a relação entre a inscrição na lista do património da UNESCO e os benefícios que podem ser alcançados não representa uma simples implicação de tipo determinista. Na verdade, como alguns autores esclarecem (du Cros, McKercher, 2015), existem alguns sítios incluídos na Lista da UNESCO que aumentam o número de visitantes, mas muitos outros sítios não mostram qualquer benefício.

Em muitos casos, o aumento do número de visitantes ocorre em função de fatores nem sempre relacionados com a designação UNESCO.

Ratz e Puczko (2003) demonstram que nos sítios mais próximos das áreas emissoras da procura turística regista-se um aumento do número de visitantes; ao contrário, para os sítios distantes, não se poderão retirar quaisquer benefícios desta adesão. Dewar et al. (2012) demonstra, por outro lado, que a marca UNESCO não traz qualquer vantagem para sítios que já são conhecidos, como por exemplo o Coliseu ou a Basílica de São Pedro, em Roma.

Além da literatura científica internacional, também as Comissões Nacionais da UNESCO produziram estudos interessantes sobre este argumento.

Em 2013, a Comissão Nacional da UNESCO do Reino Unido elaborou um estudo intitulado “Wilder Value of UNESCO to the UK 2012-2013”, no qual apresentou



informações sobre o valor financeiro decorrente desta ligação. Esta foi considerada uma boa prática pela UNESCO, incentivando as Comissões Nacionais dos países membros a desenvolverem estudos com idênticos objetivos.

Neste contexto, a Comissão Nacional da UNESCO de Portugal (2014), adotando uma perspetiva de *benchmarking*, decidiu efetuar um trabalho de análise como uma primeira aproximação ao valor económico da ligação às redes da UNESCO, em Portugal.

O trabalho de pesquisa conclui que «o impacto da atividade económica decorrente da chancela Unesco verificou-se um efeito positivo na generalidade dos indicadores nos grupos de bens em consideração, sendo plausível concluir que as classificações Unesco propulsionam benefícios para a região envolvente» (Rebelo, 2014, p.63).

Em particular, este estudo demonstra que os centros históricos e os conjuntos classificados pela UNESCO, durante os últimos anos, registaram um crescimento de:

- número de visitantes em 108 %
- infraestruturas de oferta: camas disponíveis, aumento de 90%, estabelecimentos hoteleiros, aumento de 61% (p.50).

A Comissão italiana publicou, em 2011, o estudo "Il Valore del Brand UNESCO" <sup>12</sup>(2011), elaborado por IULM<sup>13</sup>, em que apresenta os resultados de entrevistas específicas a uma amostra significativa da população italiana.

Este estudo constatou que a marca da UNESCO é considerada uma garantia de qualidade pelos bens culturais classificados (52%) e as suas atividades são consideradas de um nível elevado (40%). Além disso, segundo a amostra, a marca UNESCO aumenta o valor de: património cultural e natural, em 85%; turismo e da promoção territorial em 75%.

Ainda não foram produzidos estudos muito específicos sobre os benefícios, em termos de fluxos turísticos, nas cidades UNESCO italianas e portuguesas<sup>14</sup>.

#### **I.4 Objetivos**

O objetivo principal desta investigação é contribuir para avaliar se as cidades médias italianas e portuguesas, cujo centro histórico está incluído na Lista do Património da

---

<sup>12</sup> O valor do Brand UNESCO.

<sup>13</sup> Libera Università di Lingue e Comunicazione de Milão.

<sup>14</sup> Sobre esta importante questão, é oportuno chamar a atenção, ainda que brevemente, para as entrevistas que foram conduzidas para aprofundar a pesquisa. A escolha das amostras a serem entrevistadas será tratada em detalhes no parágrafo 6. Cf. Resposta nº 4 Entrevista 1QUit, Resposta nº 4 Entrevista 1QUpt, Resposta nº 1 Entrevista 1A.

UNESCO, são capazes de atrair mais turistas do que outras cidades similares, cujo centro histórico não está incluído na Lista da UNESCO.

Há algumas décadas que o turismo cultural, e principalmente aquele relacionado com o turismo em centros históricos remodelados, apresenta valores significativos, como demonstram alguns indicadores:

- o aumento do valor do solo e dos edifícios;
- o aumento do número de lojas, muitas vezes ligado a grandes marcas com *target* médio-alto;
- a grande quantidade de turistas e moradores de outras áreas da cidade que passeiam pelo Centro Histórico, sobretudo nos dias de férias.

A partir dos anos oitenta do século passado, em muitas cidades da América do Norte e da Europa, começaram a realizar-se políticas de remodelação urbana em áreas em abandono, como aquelas ex-industriais (nas grandes cidades europeias, a antiga atividade manufatureira realocalizou-se, deixando amplos espaços urbanos livres e, sobretudo, os centros históricos).

Em algumas cidades, a remodelação urbana atingiu elevados padrões estéticos. Estas áreas, que durante a fase modernista (a partir dos anos cinquenta) sofreram um processo de abandono (residentes, atividades artesanais etc.), tornaram-se lugares importantes para novas funções, como as de turismo e lazer (du Cross, McKercher, 2015).

A riqueza do património cultural e o *charme* de cidades antigas têm atraído multidões de turistas, tornando-se assim um segmento turístico de grande interesse.

As razões para este interesse nos lugares históricos são muitas e variadas, e estão sujeitas a aprofundamento, por sociólogos. É fácil verificar que, em algumas cidades, o centro histórico é rico em património cultural e apresenta a principal atração da cidade. O crescimento dos turistas, nesta parte valiosa da cidade, pode causar impactos sobre o meio ambiente, criando sérios problemas para a conservação dos monumentos.

Nesta fase, as cidades deixaram de ser apenas emissoras de turismo, mas tornaram-se destinos turísticos, progressivamente mais significativos.

Por numerosas razões, tais como os meios de transportes mais rápidos e mais baratos, a maior flexibilidade do trabalho etc., (argumentos que serão detalhados posteriormente), o turismo cultural assumiu uma dimensão considerável, movendo fluxos de pessoas e, conseqüentemente, uma grande quantidade de dinheiro.

Tudo isto determinou, então, uma competição no mercado turístico entre as diferentes cidades, ao fim de atrair o maior número de turistas.

Assim, nas últimas décadas, foram lançados, por parte das autarquias, políticas de marketing do turismo, mais ou menos válidas, que visavam melhorar a visibilidade da cidade turística.

Além de iniciar o trabalho de renovação urbana, as cidades comprometeram-se, então, a organizar exposições, eventos musicais de grande apelo mediático e turístico. A maioria destas atividades é realizada nos centros históricos, considerados como os lugares da identidade da cidade e o seu espaço urbano mais representativo<sup>15</sup>.

O marketing turístico e a necessidade de obter maior visibilidade mundial podem justificar o aumento do número de pedidos para integrar a lista do património da UNESCO. A adesão à lista do património é interpretada, pela maioria da população, em geral, como uma importante oportunidade e uma questão de prestígio.

Por exemplo, como demonstra o estudo de Guedes (2014), manifestamente há uma forte ligação entre a rede da UNESCO e o turismo. De facto, os operadores turísticos centram, cada vez mais, a valência do património na programação de circuitos e estadas. Tendo por base a análise de conteúdos de uma amostra de programas de oferta turística, dos seis principais países emissores para Portugal, o estudo em objeto conclui que as operações turísticas organizadas, que tenham como suporte a relação entre turismo e património, podem desempenhar a função de catalisadoras de práticas turísticas.

Claro que, para a realização desta candidatura, são necessários, para além da vontade política, um gabinete técnico eficiente mas, especialmente, uma capacidade de despesa considerável, muito importante neste período de crise económica.

Como será discutido nas páginas seguintes, cada candidatura UNESCO deve ser acompanhada por um Plano de Gestão do sítio em questão, que constitui, certamente, a parte económica mais importante que a autarquia tem de suportar.

Como demonstra o estudo da Comissão da UNESCO de Portugal, chefiado pelo Professor Rebelo (2014), apesar das dificuldades para a recolha de dados, a inclusão na Lista do Património determina benefícios económicos positivos em relação aos custos suportados.

---

<sup>15</sup> Por exemplo, basta lembrar que, na maioria das cidades europeias do património europeu, no centro histórico da cidade localiza-se a câmara municipal e aí vão decorrer os maiores eventos da cidade, tais como a festa do patrono ou outros eventos mais característicos, como o Palio de Siena.

Estes benefícios económicos traduzem-se, em primeiro lugar, em recursos financeiros provenientes de diversas fontes (públicas e privadas), captados pela entidade gestora do bem.

Em segundo lugar, a classificação pode ser o núcleo central e dinamizador de investimento, direto ou indireto, para a regeneração do próprio bem e das áreas envolventes, suportados por fundos públicos ou privados.

A conclusão deste trabalho de pesquisa é: «Quanto ao impacto na atividade económica decorrente da chancela UNESCO, verificou-se um efeito positivo na generalidade dos indicadores nos grupos de bens em consideração, sendo plausível concluir que as classificações UNESCO propulsionam benefícios para a região envolvente. A grande diversidade das classificações no que respeita ao tipo e à experiência de pertença à chancela UNESCO, dificultou, também, um exercício analítico mais robusto. Nas classificações mais antigas, remontando à década de 80 do século passado, tornou-se particularmente difícil apurar custos em relação à referida classificação e à manutenção. Também nestes casos, o desfasamento temporal entre a situação pré e pós classificação dificulta a extração dos “efeitos UNESCO”, dos do próprio bem na atividade económica envolvente. Esta separação de efeitos só poderá ser alterada com a recolha de informação específica. Por exemplo, num inquérito regular a visitantes, aferir se o facto de o bem ter a chancela UNESCO influencia, ou não, a visita, ou averiguar o diferencial de valor do bem ou território com e sem a classificação.» (Rebelo, 2014, p. 63 - 64).

O estudo, como já escrevi, tem o objetivo de demonstrar o "efeito UNESCO" só em termos de fluxos turísticos, sem tratar as consequências económicas.

## **I.5 PERGUNTA DE PARTIDA**

Os objetivos previamente definidos traduzem-se numa pergunta de partida e em quatro questões secundárias de trabalho, que nos orientam na construção da estrutura da tese e na compreensão da evolução da temática investigada.

A pergunta de partida para a presente investigação formula-se do seguinte modo:

**P.P. Os centros históricos incluídos na lista do património da UNESCO são capazes de atrair mais fluxos de turistas do que outros que não estão incluídos, ainda que apresentem características semelhantes?**

No seguimento desta pergunta de partida, a hipótese de trabalho foi a seguinte:

Na abundante literatura internacional sobre este argumento, tentámos uma metodologia capaz de medir o que os especialistas chamam o “efeito UNESCO”, ou seja, as cidades com o centro histórico incluído nas listas da UNESCO atraírem mais turistas do que outras semelhantes, não incluídas nesta lista.

Não obstante os muitos estudos e pesquisas, que chegam a interessantes conclusões sobre o contributo para o progresso económico e social do território, oferecido pela presença de bens considerados Património da Humanidade, muitos destes parecem apresentar uma limitação: a dificuldade em identificar, com certeza, os benefícios (e os custos) diretamente ligados à designação UNESCO.

Isto é devido, primeiro que tudo, à dificuldade em isolar os dados de análise do contexto geral e, portanto, em determinar o valor acrescentado, gerado pelo *status* do Património UNESCO, através de uma metodologia rigorosa (Pettenati, 2012).

Além disto, a maioria destas pesquisas orienta-se para a relação de causa e efeito entre a designação de Património da Humanidade e a evolução das dinâmicas turísticas (Cellini, 2011), ainda que em modalidades diferentes, tal como identificam os estudos promovidos pelas comissões UNESCO italiana e portuguesa, anteriormente identificados.

Segundo a maior parte da literatura científica consultada, a procura de um “efeito UNESCO”, como catalisador do desenvolvimento turístico, pode ser determinada por três metodologias de pesquisa:

- 1) Por comparação entre os sítios que pertencem à WHL e as outras realidades análogas não inscritas (Tisdell, Wilson, 2002; Özdirlik, Nicot, 2008), sendo esta a modalidade mais usada;
- 2) Para cada localidade pertencente à WHL, comparam-se as performances turísticas entre a situação inicial e aquela posterior à sua designação (Jimura, 2011);
- 3) Esta última metodologia consiste na criação de um hipotético cenário, no qual a designação da UNESCO não tenha acontecido (Prud’Homme, 2008). Ela é seguramente a mais complexa, onde o resultado final é fruto de inúmeras hipóteses, nem sempre corretamente avaliadas *ex ante*.

Porém, neste caso, há que destacar o facto de o reconhecimento do Património da Humanidade recair, na maior parte das situações, em contextos territoriais caracterizados por aspetos naturais e artísticos de grande atratividade para os turistas, sendo, então, difícil estabelecer quanto é que a marca de World Heritage aumentou o interesse turístico (Buckley, 2002).

Nesta investigação, em que se pretende comparar a experiência italiana e a lusitana, escolheu-se utilizar, simultaneamente, as duas primeiras metodologias, excluindo a terceira, por se considerar esta última particularmente complexa e de difícil determinação. Para além da pergunta de partida referida, existem algumas questões secundárias que estão subjacentes à presente investigação e que se pretendem analisar ao longo da investigação:

### **Q.S: 1 Qual a origem e evolução do conceito de turismo?**

A atividade turística, como a entendemos hoje, ou seja, as viagens que utilizam as infra-estruturas turísticas (hotéis, restaurantes, etc.), de acordo com a maioria dos estudiosos, originou-se no Grand Tour (Berrino, 2011).

O Grand Tour consistia nas viagens para a Europa central e do sul (sobretudo, a França e Itália), realizadas por jovens aristocratas ingleses, no fim da sua formação, a partir do século XVII. No entanto, tal como salienta Pérez, (2008 p. 18) «o desenvolvimento acelerado do turismo moderno só começa a partir dos anos 1870 do século XIX por toda Europa, e foi possível graças a clientes possuidores de poupanças suficientes para se dedicarem ao lazer, à mobilidade social ascendente das burguesias, e também às companhias de transportes.

É o tempo do romantismo, uma época na qual se glorificou a natureza e a paisagem, algo que contribuiu decisivamente para o desenvolvimento do turismo».

Desde então, o turismo evoluiu em duas direções específicas (Garibaldi, 2012):

- o progressivo alargamento da base social dos turistas;
- o progressivo aumento dos destinos turísticos.

De facto, a partir dos anos trinta do século passado, as reivindicações sindicais conquistaram as férias pagas, e gradualmente, esta conquista foi adoptada por todos os estratos. O aperfeiçoamento tecnológico dos meios de transporte e a redução progressiva dos custos, facilitaram ainda mais o impulso das viagens turísticas, contribuindo para a criação de rotas turísticas (Cunha, 2009).

Após a Segunda Guerra Mundial, quase todas as classes sociais começam a praticar o turismo, democratizar-se-á o fenómeno, ao mesmo tempo que se passa de um turismo pré-industrial, para outro industrial (Molina, 2003). O turismo converte-se num bem económico ligado à indústria dos serviços, controlada pelos “tour operadores”.

Nesta fase, como aponta Pérez (2009, pp. 19-20), «De produtores passamos a ser consumidores, e da “T” (trabalho) passamos às quatro “S” (sun, sand, sea and sex). O turismo de sol e praia nasceu imitando e emulando os gostos da classe alta. Intensificou-se assim a “alterotropia” que era a prática de sair do seu próprio contorno imediato, e esta foi inicialmente litoral e rural. Este processo foi semelhante, no geral, em todos os casos: descobrimento de uma área por parte de um turismo selecto, mercantilização e massificação do destino turístico».

Esta fase conduz-nos ao turismo contemporâneo, onde as principais características são a segmentação do período de férias (várias vezes durante o ano) e o surgimento de formas de *turismo de nicho* (ecoturismo, turismo desportivo, turismo cultural etc.), como será visto posteriormente, com mais detalhe.

Na atualidade, o turismo começa a tornar-se umas das atividades económicas mais importantes deste milénio e, apesar dos tempos económicos difíceis, o turismo, em geral, mostra sinais de crescimento.

É claro que, para esta atividade progredir, é necessário que se reúnam condições - em primeiro lugar, e acima de tudo, a estabilidade política. Facilmente o turismo deixa as áreas inseguras, para incentivar outras que apresentem condições mais favoráveis.

## **Q.S. 2 Quais são as abordagens do turismo em Geografia?**

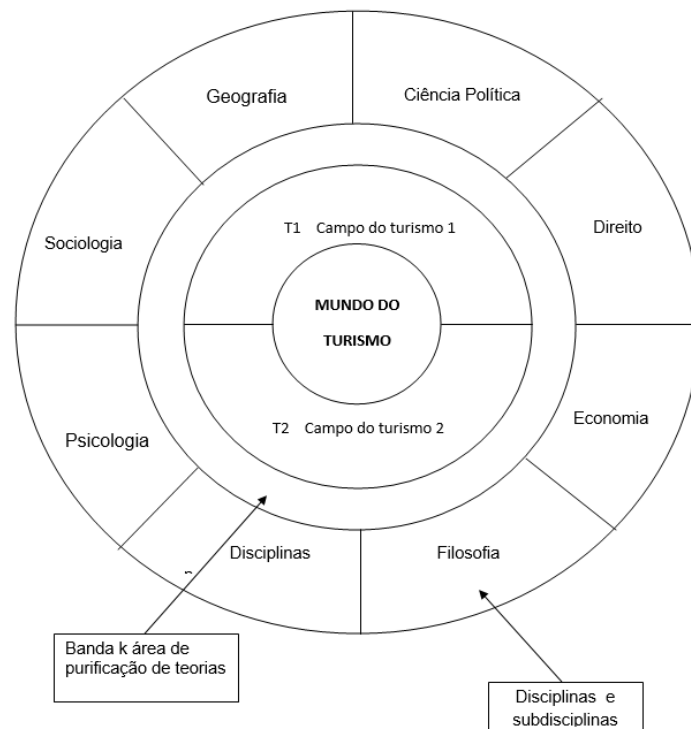
O turismo é uma actividade complexa e mutável, multifacetada e multidimensional, que não deve ser reduzida exclusivamente a negócio, atividade industrial, marketing ou gestão de produtos. Isto leva a que alguns autores se dediquem à criação e desenvolvimento de um modelo do conhecimento em turismo, como aquele apresentado por John Tribe (1997). Este autor explica que o campo do turismo é dividido em duas partes: Campo do turismo 1 (CT1) e o Campo do Turismo 2 (CT2) (Fig. 1). Para Tribe (1997), o conhecimento em turismo não é produzido só nos centros de pesquisa da universidade, mas também em todas as empresas de turismo, como as agências de viagem ou os meios de hospedagem. Este campo dos aspetos comerciais do turismo designa-se por Campo do Turismo 1. O Campo do Turismo 2 é formado pelos aspetos não comerciais do turismo. Este campo necessita de outra disciplina<sup>16</sup> que ofereça a base conceptual para o

---

<sup>16</sup> Como explicam Lohmann e Panosso Netto (2008), o conceito de disciplina tem o significado de ciência porque possui um método de investigação e objecto de pesquisa e apresenta um paradigma para a comunidade científica.

O campo por sua vez o objecto de estudo de outras disciplinas. É neste sentido que John Tribe afirma que o turismo não é considerado uma disciplina, mas um campo de estudo objeto de estudo das ciências.

conhecimento em turismo. O autor, nesta área, inclui aspetos como percepções do turismo e impactos sociais e ambientais.



Fonte: Lohmann, Panosso Netto, 2008,p. 22

Fig. 1 - Criação do conhecimento em turismo, segundo John Tribe.

No círculo exterior, encontram-se as disciplinas consideradas ciências, que oferecem as ferramentas de abordagem do turismo.

O círculo do meio, denominado “Banda K”, é o espaço em que é criado o conhecimento do turismo, por meio das interface com outras disciplinas. Por exemplo, o conceito de sustentabilidade por ser aprofundado através de várias disciplinas, como a Sociologia, a Economia, ou a Geografia.

No centro do círculo encontramos o conhecimento do turismo, síntese do CT1 + CT2.



Este modelo esclarece o importante contributo de cada disciplina, como a Geografia, para o estudo e a compreensão do turismo<sup>17</sup>.

Devido ao forte crescimento, sobretudo nas últimas décadas, o turismo gera, hoje, significativas mudanças nos territórios. A Geografia, como ciência que estuda os impactos e as transformações produzidas por várias atividades humanas, sobre o território, pode oferecer um importante contributo para o estudo do turismo.

Em Itália, os primeiros estudos de geografia do turismo, com uma certa continuidade, apareceram por volta dos anos vinte do século XX, mas o maior impulso registou-se desde os primeiros anos do pós-guerra, quando o fenómeno turístico estava a registar um forte incremento.

Nesta fase, os estudos de Toschi (1947) foram fundamentais para enquadrar o problema numa metodologia de investigação mais rigorosa. Em Portugal, após algumas pesquisas esporádicas nos anos antes da Segunda Guerra Mundial, os primeiros estudos que apresentaram uma certa coerência foram elaborados por Carminda Cavaco, nos anos sessenta.

Nesta fase, podemos distinguir, sumariamente, estudos geográficos sobre a origem e a evolução do turismo e estudos que tratam de analisar os seus impactos ambientais (Rocca, 2014).

Como veremos posteriormente, com maior detalhe, ambas as perspetivas são necessárias para compreender e descrever o fenómeno turístico, em geografia.

### **Q.S.3 Que relações se estabelecem entre o turismo e cultura?**

Esta pergunta não é de fácil resposta, apesar de, à primeira vista, parecer simples e imediata. Depende, principalmente, do que se quer dizer com o termo *cultura*, como se verá posteriormente.

A natureza cultural do turismo é já antiga, no entanto a ligação entre turismo e cultura é relativamente recente e muito mais o conceito de “turismo cultural”. De facto, desde a

---

<sup>17</sup> O debate se o turismo é ou não uma ciência, como explicam Lohmann e Panosso Netto (2008), pode ser reassumido em três correntes:

- 1) o turismo não é uma ciência agora, mas está numa fase de crescimento para se tornar uma ciência;
- 2) o turismo nunca será uma ciência, é uma actividade humana e é auxiliado pelas ciências, nos seus estudos. Os estudos turísticos não possuem um objecto de pesquisa claro e definido, nem um método de estudo;
- 3) o turismo é uma ciência por possuir um corpo teórico maduro e relativamente grande. Todavia, os investigadores deste grupo ainda não conseguiram comprovar esta afirmação por meio dos seus estudos.

antiguidade, existem diversos fatores que impulsionam os homens a viajar, mas há sempre uma componente que podemos definir por curiosidade intelectual, conhecimento, o que constitui a base da cultura.

Assim, por exemplo os peregrinos que viajavam na Europa da Idade Média deslocavam-se entre as antigas cidades de cultura, para visitar as grandiosas catedrais e obras artísticas. A viagem por motivos culturais adquire uma maior consistência com o início do Grand Tour, a partir do séc. XVI.

Como escrito anteriormente, hoje, as viagens por motivos culturais são muito frequentes: visitar monumentos, assistir a concertos de música ou representações teatrais, aprender línguas etc. Por isso, o turismo cultural apresenta-se muito diversificado e segmentado. Como já se referiu, o nosso interesse centra-se no turismo direto em centros históricos de cidades que, normalmente, encerram esplêndidos monumentos e significativas obras de arte, além de todo o conjunto constituir uma obra de arte em si.

Perez (2009) relata uma classificação elaborada por Richards e Bonink (1995), que distingue duas abordagens fundamentais para entender o turismo cultural:

a) A perspetiva dos lugares e dos monumentos. Implica descrever os tipos de atrações visitadas e pensar a cultura como um simples produto. Os turistas precisam de um sofisticado grau de elaboração e interpretação dos bens culturais visitados. Esta perspetiva é mais ligada à esfera do significado e do conteúdo do bem cultural. A estratégia de investigação a seguir seria principalmente de tipo quantitativo e focaria as atividades e as motivações dos turistas culturais.

b) A perspetiva concetual questiona os porquês e como as pessoas vêem e praticam turismo cultural. De facto, esta perspectiva sublinha mais os sentidos, o envolvimento, os significados e as experiências, numa ótica mais ligada à esfera das relações emocionais e não tanto aos produtos.

Ao nível de investigação implica, portanto, uma abordagem mais qualitativa.

Mais tarde, os investigadores Timothy e Boyd (2007), como veremos posteriormente, definem a primeira perspetiva *Cultural Tourism* e a segunda *Heritage Tourism*.

Claro que a primeira perspetiva parece mais redutora, mas quando se cruzam as duas perspetivas, as abordagens do turismo cultural podem ser múltiplas.

#### Q.S.4 Quais são os impactos territoriais do turismo, em particular nos destinos turísticos frágeis, como os centros históricos?

Como já foi mencionado anteriormente, o turismo, especialmente nas últimas décadas, tem uma forte capacidade de gerar impactos.

Estes podem ser de ordem económica, social e ambiental (Pérez, 2009):

1. Impactos económicos: custos e benefícios que resultam do desenvolvimento e uso dos bens e dos serviços turísticos. Tem, também, em conta a riqueza indireta gerada, as oportunidades e as desigualdades que possam vir a ser consequentes;

2 Impactos físicos e ambientais: Alterações espaciais e do meio ambiente.

3.Impactos socioculturais: Mudanças na estrutura coletiva e na forma de vida dos residentes nas áreas de destino, mas também nas relações interpessoais e nos modos de viver dos visitantes.

O estudo deste tipo de impactos depende também do tipo de ambiente que vamos examinar (monumentos, áreas arqueológicas, áreas naturais, etc.).

Para um destino turístico como os centros históricos, o tema pode ser assumido em duas ordens de problemas (Timothy, Boyd, 2007):

- os centros históricos não são um museu. Além dos turistas, há uma população residente que, por vezes, não tolera, mais do que num certo limiar, a presença da população externa. Por exemplo, em particular em períodos do ano como o verão, durante as férias ou aos fins de semana, turistas e residentes de outras áreas da cidade adoram passar muito tempo do dia e da noite nos centros históricos, gerando ruído, resíduos, devido, também, à presença de muitas lojas de refeições (restaurantes, cafés, pizzarias etc.), em detrimento das lojas de primeira necessidade;
- com o aumento do turismo e da pressão humana se, por um lado, se desenvolve atividade económica, novos postos de trabalho, por outro gera-se uma forte pressão humana sobre os monumentos, que são frágeis. Muitas vezes, nos centros históricos, não é difícil descobrir que algumas praças pavimentadas, com a

- presença de obras de arte, com escadas de igrejas ou fontes públicas, se transformam em pontos de encontro com um impacto humano significativo. Tudo isto está em desacordo com uma qualquer teoria de restauração ou preservação de monumentos.

A exigência fundamental é buscar o equilíbrio entre o desenvolvimento do turismo e a conservação dos monumentos.

## I.6 Metodologia

Nos últimos anos, o debate científico sobre metodologias de investigação tem sido desenvolvido a partir da visão de ciência teorizada pelo filósofo Jürgen Habermas, no âmbito das ciências sociais, no seu livro *Erkenntnis und Interesse* (1990)<sup>18</sup>.

Este autor mostrou como o conhecimento humano e a investigação têm evoluído a partir de três interesses cognitivos específicos, correspondentes aos três grupos de paradigmas, em torno do qual se desenvolveram as várias ciências:

- empírico-analítico: baseado numa visão científica positivista do mundo social e do comportamento humano. É, também, associado a uma visão *quantitativa*, associada à medição sistemática, aos métodos descritivos, às análises experimentais e à estatística.

De facto, esta metodologia de pesquisa utiliza os conceitos de hipótese de partida, entrevistas, comparação entre os grupos, tipos de amostras e análise estatística.

- teorético-hermenêutico: este paradigma, amplamente utilizado pela Antropologia e nas ciências sociais em geral, baseia-se no conceito de *interpretação* e de *compreensão*, derivados da tradição da ciência hermenêutica. Tal método usa os documentos orais e escritos para descrever a realidade, tal como é vista pelos participantes. Trata-se de uma orientação da investigação com base em pesquisas qualitativas.

- crítico: baseado no princípio apoiado pela *Teoria Crítica* da *Escola de Frankfurt*, formada por um grupo de filósofos e sociólogos que, no final dos anos sessenta, defendiam que o conhecimento humano é o resultado de uma relação, dentro das organizações sociais específicas, desenvolvida ao longo do tempo, através da interação e da comunicação entre eles.

---

<sup>18</sup> Este livro foi consultado na tradução italiana: Habermas Jürgen (1990) *Conoscenza e interpretazione* (trad. Rusconi G.) Laterza, Roma-Bari.

Durante o curso do tempo, foram aperfeiçoados novos métodos de pesquisa específicos para as diferentes disciplinas, tanto do tipo quantitativo, como do tipo qualitativo, todos projetados para descrever, de forma científica, os fenómenos sob observação.

Atualmente, a maioria dos geógrafos advertem para a necessidade de integrar os vários paradigmas metodológicos, a fim de descrever, da melhor maneira, os fenómenos sob observação e atingir os objetivos da pesquisa (Gomez, Jones 2010).

Em termo metodológicos, este projeto de pesquisa baseia-se na conjugação de métodos de análise qualitativos e quantitativos. A adoção destes métodos de análise é complementar, como já referido; os estudos de caso privilegiam a avaliação quantitativa, mas não devem descurar a qualitativa.

Como noutros trabalhos acerca da mesma temática, a obtenção dos dados necessários revelou-se uma difícil tarefa. Para a obtenção dos dados relativos aos fluxos turísticos foram contactadas diversas entidades, tais como a ISTAT e o INE. Na sequência desta informação de enquadramento, procede-se, então, à auscultação de atores nacionais da UNESCO, regionais e locais, selecionados de acordo com um critério específico (Secor, 2010):

- o número de participantes nas entrevistas é variável, dependendo do tipo de pesquisa (aconselhado um *range* de 10-30 entrevistas);
- os entrevistados devem ser figuras públicas ou indivíduos que realizam funções de liderança na área de estudo;
- para um trabalho baseado num estudo de comparação, o grupo dos entrevistados deve ser o mais homogéneo possível;
- os pedidos devem ser formulados de forma clara e precisa, eliminando, assim, os possíveis enganos ou erros de interpretação.

A primeira entrevista foi realizada aos responsáveis dos centros históricos da Comissão da UNESCO, em Roma e em Lisboa, ao fim de obter um melhor conhecimento das atuais e futuras políticas de gestão dos sítios italianos e portugueses.

Posteriormente, serão identificados os administradores públicos responsáveis pelo planeamento do turismo em duas escalas espaciais diferentes: a grande área que corresponde à Região (Itália) e Entidade Regional de Turismo/ERT (Portugal) e, ao nível local, na figura dos vereadores municipais para as políticas de valorização do centro histórico das cidades escolhidas.

Outras entrevistas foram dirigidas aos representantes das associações comerciais, a fim de obter uma referência direta sobre o impacto comercial das atividades de turismo.

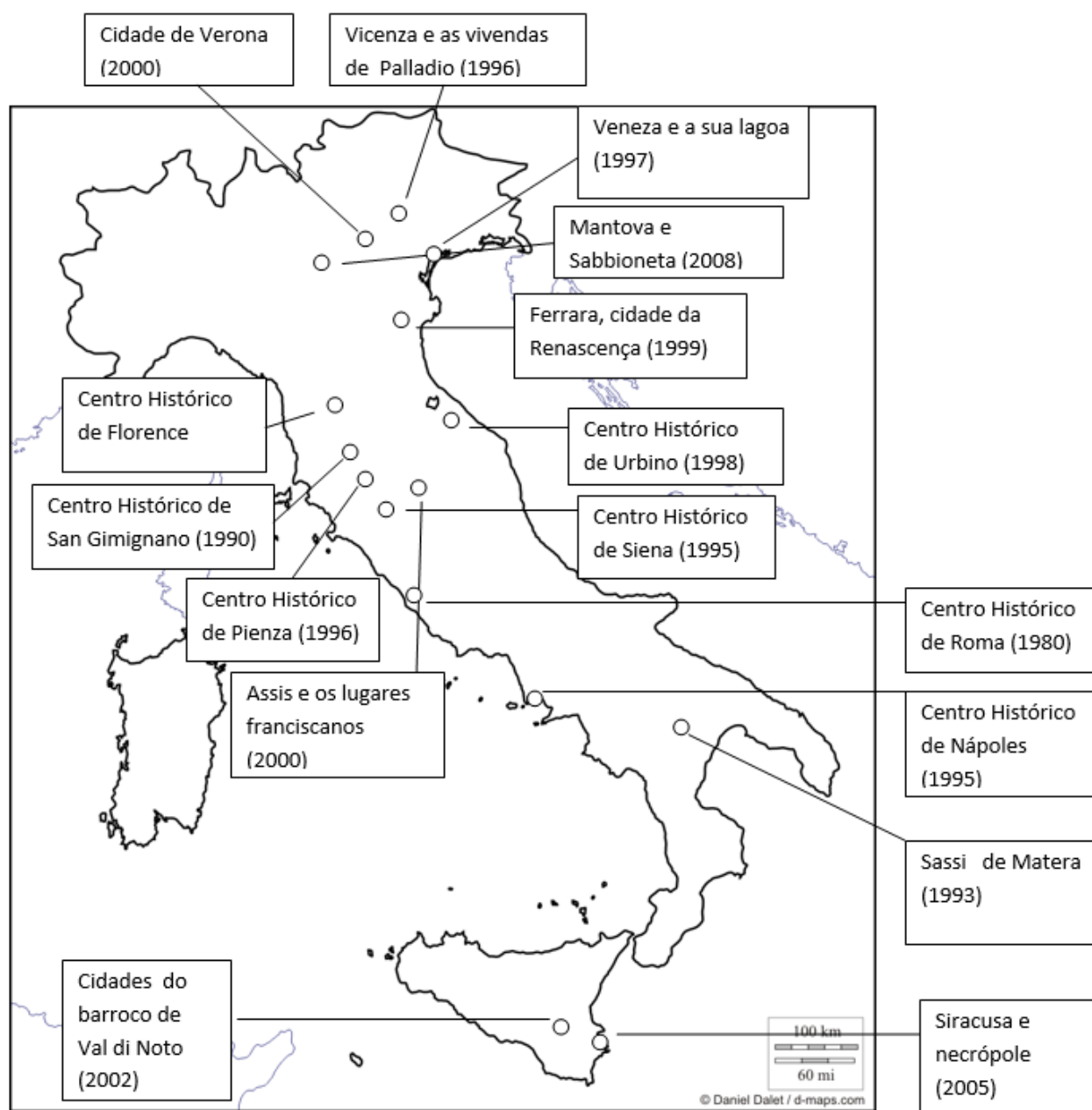
Outra questão muito importante é a da seleção das cidades para o estudo de caso. Como escrito acima, as cidades objeto de pesquisa são cidades médias italianas e portuguesas. O primeiro passo foi o de identificar duas cidades semelhantes, cujo centro histórico tivesse propriedades próximas em termos de: extensão, número de habitantes e morfologia.

Como se referiu, optou-se por restringir a pesquisa às cidades médias, por duas razões diferentes. A primeira é justificada pela facilidade do estudo, visto que as cidades médias apresentam funções urbanas mais simples, em comparação com as grandes cidades, onde os fluxos turísticos são mais facilmente individualizados.

A segunda razão relaciona-se com o potencial crescimento turístico destas cidades com património. O aumento do turismo cultural, como consequência, implica a procura de novos destinos (Pérez, 2009).

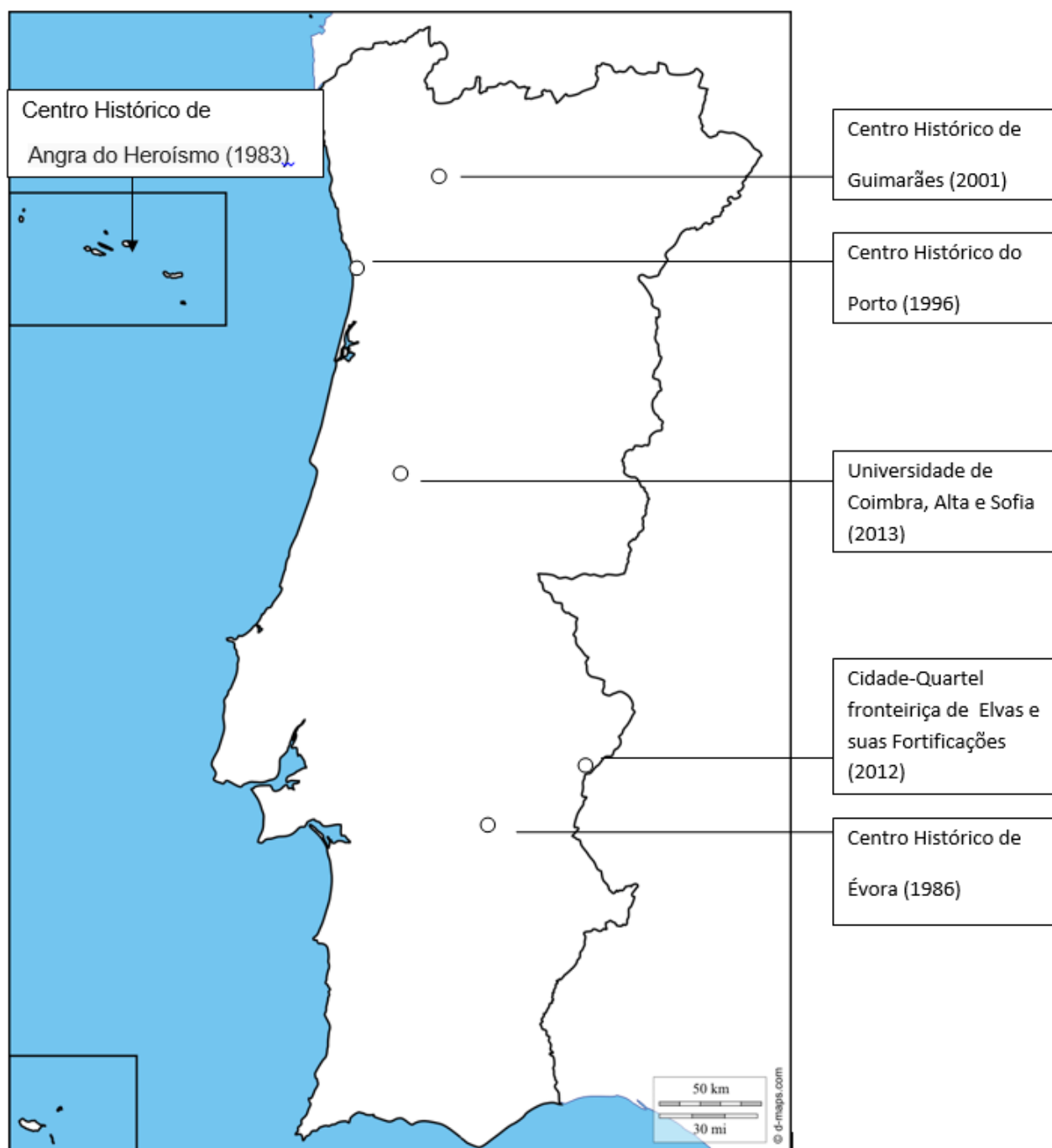
O Rapporto della Società Geografica Italiana (2008) demonstra que, nos próximos anos, as pequenas e médias cidades italianas do património (chamadas a *Italia minore*) conhecerão um crescimento significativo no turismo, tendo em vista o facto de que grandes cidades do património como Florência, Veneza ou Roma têm, agora, atingido um nível de saturação.

As Fig. 2 e 3 mostram os mapas de Itália e de Portugal, onde são indicadas as cidades com o centro histórico incluído na lista do património da UNESCO.



Fonte: elaborado pelo autor.

Fig 2 - Centros históricos, cidades e conjuntos da Lista do Património Mundial da UNESCO e respetiva da inscrição Itália 2016.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Fig. 3 - Centros históricos e conjuntos inscritos na Lista do Património Mundial e respetiva data de inscrição Portugal 2016.

Lembrando a definição de cidades médias expressas por Eurotown, que tem com base o tamanho da população (cidades com população entre 50.000 e 200.000 habitantes), os Quadro 2 e 3 são relativos à população residente nas cidades italianas e portuguesas, cujo centro histórico está incluído na lista da UNESCO.



Verona	258.765
<b>Vicenza</b>	112.953
Venezia	263.252
Mantova	48.671
<b>Ferrara</b>	133.155
Florence	382.808
Urbino	15.055
S. Gimignano	7.778
Pienza	2.111
<b>Siena</b>	53.903
Assis	28.290
Roma	2.864.731
Nápoles	974.074
<b>Matera</b>	60.436

Fonte: elaboração própria. Dados ISTAT, [www.istat.it](http://www.istat.it), (último acesso 15.03.2016).

Quadro 2 - População residente de municípios com cidades-património da UNESCO Itália 01.01.2016 (a negrito, cidades "médias").

<b>Guimarães</b>	158.108
Porto	237.559
<b>Coimbra</b>	143.152
Elvas	23.078
<b>Évora</b>	56.596
Angra do Heroísmo	35.402

Fonte: elaboração própria. Dados INE, [www.ine.pt](http://www.ine.pt) (último acesso 15.03.2016).

Quadro 3 – População residente de municípios com cidades-património da UNESCO Portugal, Censos 2011 (a negrito, cidades "médias").

Dentro destes Quadros, escolhemos duas cidades (cf. par. 4 e 5), uma italiana e outra portuguesa, segundo este critério:

- as cidades devem ter um centro histórico bem definido, melhor se envolvido numa muralha urbana, devendo constituir uma marca distintiva de toda a cidade;
- as cidades devem ser consideradas como destino de turismo cultural, conhecido ao nível nacional ou internacional;

- devem ter aproximadamente a mesma dimensão em termos demográficos (número de habitantes entre 50000 e 60000);
- devem ser facilmente acessíveis por transportes públicos e privados, a partir de grandes centros urbanos, como Roma e Lisboa.

As cidades de Siena e Évora cumprem todos os critérios estabelecidos. De facto, são cidades com centro histórico delimitado por muralhas e apresentam-se como um destino de turismo cultural bem conhecido.

As duas cidades possuem o mesmo nível hierárquico, são capitais de província (Siena) e distrito (Évora), possuindo funções urbanas territoriais de nível intermédio. Ambas são locais de Universidade e, do ponto de vista demográfico, têm quase o mesmo número de habitantes.

O próximo passo consiste na pesquisa de outras duas cidades (uma italiana e uma portuguesa), cujo centro histórico não esteja incluído na lista do património da UNESCO, necessárias para fazer a comparação com Siena e Évora.

Naturalmente, esta escolha deve satisfazer os critérios de homogeneidade, tal como foi reportado anteriormente.

Para Itália, foi escolhida a cidade de Viterbo, a ser alvo de comparação com a cidade de Siena, pelas seguintes razões:

- as duas cidades são relativamente próximas (cerca de 100 km) e ambas ficam localizadas ao longo da Via Francigena, a estrada usada pelos peregrinos durante a Idade Média e que ligava o norte da Europa a Roma;
- apresentam um centro histórico bem definido, incluído nas muralhas da cidade e representam um destino turístico significativo;
- ambas as cidades tiveram um passado florescente ligado ao comércio (a Idade Média e Renascença);
- ao longo da história, estas cidades têm desempenhado um papel político proeminente. Durante a Idade Média, Siena foi a capital da república e Viterbo foi sede, por algumas décadas, da corte papal. Tudo isso proporcionou um florescimento das artes e a construção de edifícios notáveis, que ainda hoje representam uma grande parte do património cultural das duas cidades.

- ambas as cidades têm o mesmo nível hierárquico territorial (capital de província) e mais ou menos a mesma dimensão demográfica (a população de Viterbo é de 67.273<sup>19</sup>);
- as duas cidades são facilmente acessíveis por transportes públicos e privados, de grandes centros urbanos, como Roma.

Para Portugal, foi escolhida a cidade de Santarém para ser comparada a Évora, pelas seguintes razões:

- a cidade, a par de Évora, apresenta um centro histórico bem definido, localizado dentro das muralhas da cidade, com bens culturais notáveis e, hoje, constitui um destino turístico conhecido (Santarém capital do gótico);
- durante a história nacional, ambas as cidades tiveram um papel muito importante;
- em 06 de novembro de 1996, a Câmara Municipal de Santarém avançou com a primeira candidatura para a inclusão do centro histórico da cidade na Lista do património da UNESCO. A cidade está incluída na Tentative List<sup>20</sup> mas, após este primeiro passo, as autoridades da cidade, por razões abordadas adiante, não continuaram o processo de candidatura. Tal demonstra que a cidade tem um centro histórico relevante, tanto que concluiu, com êxito, a fase inicial da candidatura;
- ambas as cidades têm o mesmo nível hierárquico territorial (capital de distrito) e uma dimensão demográfica semelhante (a população de Santarém é de 61.572<sup>21</sup>).
- as duas cidades não são muito distantes (cerca 160 km) e pertencem à mesma entidade turística regional (ERT Alentejo).
- ambas as cidades são facilmente acessíveis por transportes públicos e privados, de grandes centros urbanos, como Lisboa.

Durante o trabalho de pesquisa são utilizadas diversas fontes bibliográficas, entrevistas e dados estatísticos.

Na Quadro 4 está presente uma síntese final dos materiais utilizados nas respostas às perguntas.

---

<sup>19</sup> Ano 2016 (www.istat.it). A população é relativa a todo o território municipal.

<sup>20</sup> A *Tentative List* é uma lista compilada por especialistas nacionais no contexto dos pedidos de inclusão na lista do património da UNESCO. De facto, como indicado no site oficial da UNESCO: «A Tentative List is an inventory of those properties which each State Party intends to consider for nomination» <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/562/> ( último acesso 07.02.2016).

<sup>21</sup> Ano 2011 (www.ine.pt). A população refere-se a todo o Concelho.

Materiais utilizados	Pergunta de partida/questões secundárias				
	P.1	Q.S.1	Q.S.2	Q.S.3	Q.S.4
Bibliografia	X	X	X	X	X
Dados estatísticos	X	X			
Entrevistas	X			X	X

Fonte: elaborado pelo autor.

Quadro 4 - Síntese dos recursos mobilizados para responder às perguntas de partida.

## I.7 Organização

Para além desta introdução, o trabalho está dividido em seis capítulos, para além das considerações finais. No início de cada capítulo, é apresentado um breve resumo dos argumentos tratados.

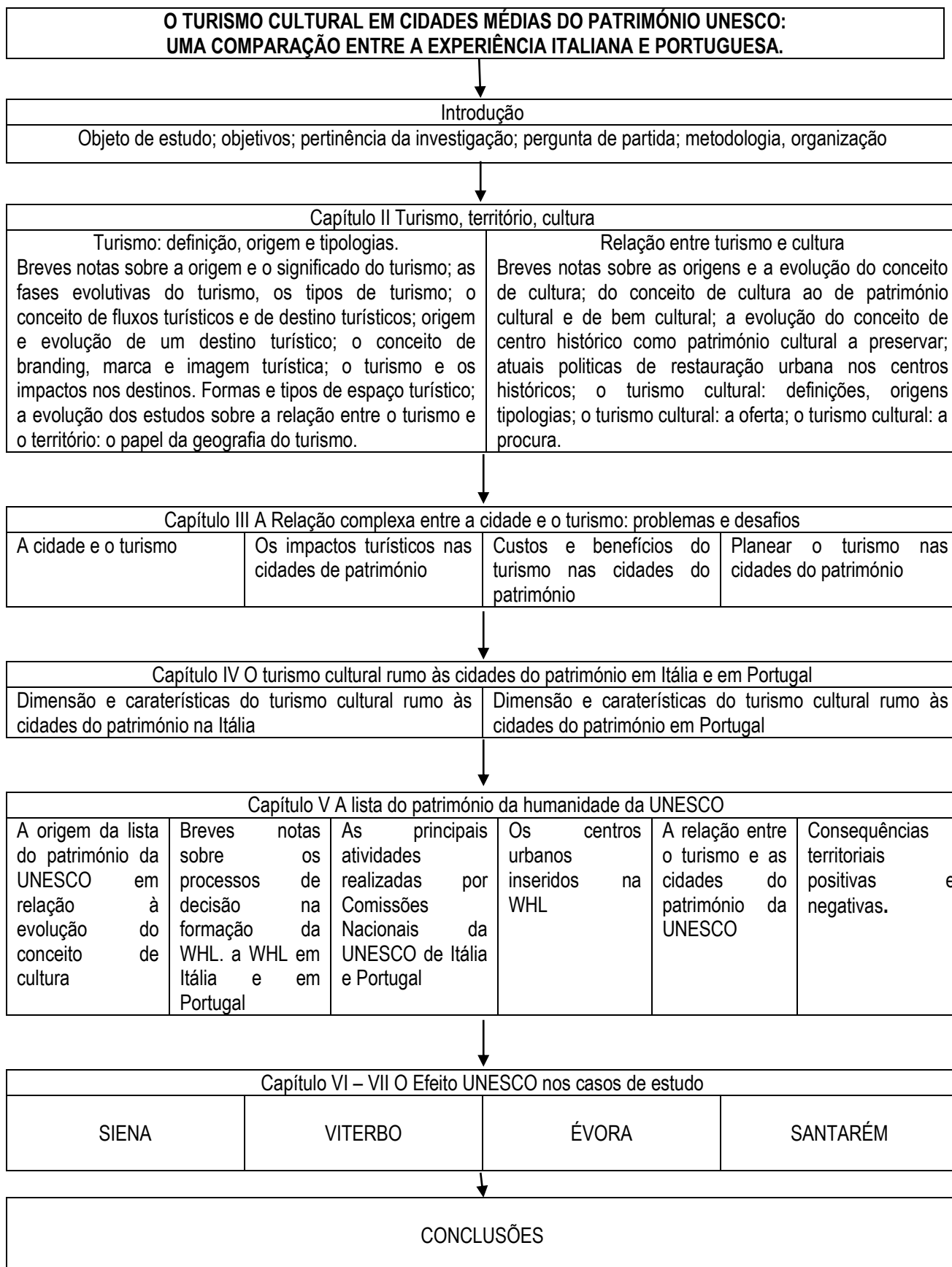
Especificamente, o trabalho articula-se na seguinte forma:

- no primeiro capítulo, é discutida a relação complexa entre o turismo, território e cultura. Para uma melhor clareza, o capítulo foi dividido em duas partes. Na primeira, é exposta uma síntese sobre a origem, definição e evolução do conceito de turismo e dos critérios para uma subdivisão tipológica. De seguida, analisa-se o conceito de destino turístico. A segunda parte analisa a evolução do conceito de cultura e como este se liga a um segmento particular da atividade turística: o turismo cultural;
- no segundo capítulo analisa-se a difícil relação entre a cidade e o turismo, sobretudo nas *cidade do património*, com um estudo sobre os custos e os benefícios do desenvolvimento turístico;
- no terceiro capítulo, apresenta-se uma análise dos dados, atualmente disponíveis, sobre o turismo cultural para as cidades do património em Itália e em Portugal;
- o quarto capítulo centra-se na origem e na finalidade da elaboração da Lista do Património da UNESCO;
- no capítulo quinto analisam-se os casos de estudo. Para cada cidade é utilizado um esquema de estudo bem definido:
  - a) uma breve ficha de síntese sobre a cidade;
  - b) noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade;
  - c) políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística;

d) análise dos fluxos turísticos.

O trabalho finaliza-se com a redação das conclusões finais.

Na Quadro 5, na página seguinte, encontra-se um esquema da estrutura da tese, para uma melhor compreensão.



Fonte: elaborado pelo autor. Quadro 5 - Estrutura da tese.

## II. TURISMO, TERRITÓRIO E CULTURA

Neste capítulo introdutório, será analisada a relação complexa entre o turismo, território e cultura. Para uma melhor clareza, o capítulo foi dividido em duas partes. Na primeira, é exposta uma síntese sobre a origem, definição e evolução do conceito de turismo e os critérios adotados para uma subdivisão tipológica. De seguida, analisa-se o conceito de destino, ou seja, o lugar onde decorre grande parte da experiência turística. O “destino” e, em particular, os espaços frequentados por um longo período de tempo sofreram profundas e rápidas transformações do espaço geográfico, como consequência do desenvolvimento da atividade turística, com o intuito de adaptar-se ao mesmo. Esta primeira parte termina com uma breve discussão sobre as origens da evolução dos estudos geográficos do turismo, fundamentais para a interpretação deste fenómeno altamente difundido e ainda em constante crescimento.

Na segunda parte, analisa-se a evolução do conceito de cultura e como este se articula com um segmento particular da atividade turística: o turismo cultural.

O turismo cultural, por sua vez, pode classificar-se em várias tipologias, variando de acordo com o objeto que será usufruído. Tendo em conta o tema em estudo, este trabalho analisa de uma forma mais profunda o turismo cultural, que considera a fruição do património inserido nos centros históricos.

## **II.1 O turismo: definição, origem e tipologias**

### **II.1.1 Breves notas sobre a origem e o significado do turismo**

O cidadão comum está familiarizado com o significado do termo “turismo”, mas algo mais complexo é procurar uma definição que tenha em conta os diversos aspetos que o compõem, sobretudo se se considerarem as diversas definições que se foram sucedendo no tempo, desde a origem do próprio vocábulo.

Como está amplamente referindo, o termo “turismo”, difundido a partir do séc. XIX, pode derivar tanto do verbo inglês *to tour*<sup>22</sup> (passear, fazer um determinado percurso), como do verbo francês de origem medieval *tourner*<sup>23</sup> (Cavallaro, Pipino, 1991), a partir do qual se difundiu por outras línguas, mantendo quase inalterada a sua raiz<sup>24</sup>.

Existem outros termos para expor este fenómeno, mas claramente apresentam conteúdos e significados diferentes do atual conceito de turismo.

Assim, por exemplo, em italiano, existe o vocábulo “vacanza”, que provém do latim *vacare*, da derivação do adjetivo latim *vacuus* (vazio, livre, não ocupado). A “vacanza” é a possibilidade de passar o tempo livre (leisure, loisire), ou seja, o período de tempo que

---

<sup>22</sup> A palavra inglês *tourism* aparece já no ano de 1811 no *Oxford English Dictionary*. Perez (2009), citando Smith (1996, p.20), afirma que esta palavra nasce numa revista “*Sporting Magazine*”. Mais antigo, ainda, é o termo *tourist*, que prevalece desde 1780.

<sup>23</sup> Derivação do verbo latino *tornare* (“circular em torno”, “movimentar-se em torno”) e da palavra grega *tórnos*, que significa “compasso” mas também “tornio”. O conceito de turismo está, portanto, associado à ideia de “regressar”, de “girar”, de “viagem circular”, de “movimento” em torno de um ponto ou de um espaço central; relaciona-se com “partir” e “retornar” ao mesmo ponto.

<sup>24</sup> Em italiano, surge, pela primeira vez, no ano de 1904, na forma de adjetivo “turística”, para indicar uma exposição dedicada ao tempo livre (Innocenti, 2001). Em português, tal termo aparece na literatura, pela primeira vez, no séc. XX (Cf. Houaiss *Dicionário da língua portuguesa*).

não é dedicado ao trabalho, ao estudo ou a qualquer outra atividade vinculativa por uma pessoa ou núcleo familiar<sup>25</sup>.

Existe, no entanto, ainda um outro meio mais simples e, simultaneamente, mais complexo para definir o turismo, aquele que se revê na origem da procura turística. De um modo geral, é possível subdividir a procura em duas partes distintas: a primeira, refere-se à ação que dá início à experiência; a segunda, por sua vez, aplica-se ao lugar de destino, onde se vivencia grande parte da experiência turística. Como será abordado mais adiante (cf. capítulo 1.1.3), com base nas características geográficas do lugar (exemplo o mar, a montanha, o campo, etc.) é possível, também, individualizar um critério de classificação da atividade turística.

A primeira fase trata da ação de movimento, transferência, que se incorpora no significado do termo “*viaggio*”, em italiano e em português, “viagem”. Ambos os termos têm em comum a mesma raiz latina: *viaticus*<sup>26</sup>, com o significado alargado de “caminho”. Neste grupo, podem contemplar-se todas as motivações que induziam às viagens, no passado, como por exemplo as peregrinações aos lugares sagrados, nos anos de mil e duzentos e mil e trezentos D.C.<sup>27</sup>, tão importantes na história da Europa medieval cristã, ou as viagens para a Itália, por motivos culturais, a partir do séc. XVI - que se transformaram, posteriormente, nas conhecidas viagens escolares de jovens aristocratas ingleses da *Grand Tour*<sup>28</sup>, iniciadas alguns séculos depois (Boyer, 1997).

A outra fase, que lhe sucede, faz referência ao lugar de estada, que representa a meta final da viagem. O hábito de passar o tempo em condições de repouso em lugares agradáveis, longe dos espaços da vida quotidiana tem, decerto, uma origem remota. Assim, por exemplo, na idade romana podemos nos recordar do costume, por parte das classes mais abastadas, de passar o período de repouso em luxuosas propriedades fora dos perímetros urbanos, dando origem às *feriari* (da qual deriva o termo de estar de

---

<sup>25</sup> Segundo Cobin (1996), a expressão de tempo livre, na cultura ocidental, é fundada sobre uma dupla definição: a de *otium*, ou seja, o tempo *coltivato* e a de *ri-creatio*, a folga do trabalho. O *otium* é o tempo para si mesmo, da elite social, portanto, de conversa, leitura e viagens. A *ri-creatio* foi, por muito tempo, o repouso vivo coletivamente, primeiro controlado pela religião e, posteriormente, com o decorrer do tempo, é definitivamente secularizada. Algumas línguas europeias utilizam termos específicos, como *ocio*, *leisure*, *loisir*, *freizeit*, que não têm correspondência em italiano.

<sup>26</sup> Mais tarde, derivado deste substantivo masculino, forma-se o substantivo neutro *viaticum*, com o significado de provisões, abastecimentos para uma viagem, dinheiro para a viagem, mas também recursos, em sentido figurativo. Portanto, o conceito de viagem reflete sobre algo que o indivíduo conserva para depois consumir. Aquilo que se recolhe de importante numa viagem e se transforma em recurso não é nada mais que a experiência direta com o lugar, com as pessoas que se encontram e com as suas características.

<sup>27</sup> Os caminhos de fé com destino aos lugares sagrados, como a *Via Francigena* (do Norte da Europa até Roma) ou como o Caminho de Santiago (da Europa Central até Santiago de Compostela), tiveram um papel importantíssimo para no desenvolvimento social e económico. Para aprofundamento, cf. Stopani, (1991).

<sup>28</sup> Segundo De Seta, a expressão *Grand Tour* foi usada, pela primeira vez, na viagem em França, por Lord Granvorne, em 1636 (De Seta, 1989).



“férias”, comum em ambas as línguas) e aos *rusticari* (transferir-se para a residência do campo por um período de tempo). Ambas as modalidades de passar o tempo livre espelham duas diferentes concepções filosóficas: o epicurismo e o estoicismo e, como realça Battilani (2009), estas teorias têm um outro aspeto que diz respeito aos conteúdos e aos significados sobre como considerar o repouso longe da residência habitual.

A primeira teoria defendia que o mundo avançava sem um objetivo e, sendo assim, a humanidade não pode fazer mais nada que fugir da dor, procurando o prazer (apenas espiritual) – portanto, a propriedade no campo era vista como o *jardim de Epicuro*, onde se pode experimentar o prazer da alma, na observação da beleza da Natureza.

O estoicismo, por sua vez, indicava, na *virtus*, a fonte da liberdade da humanidade: pode-se gozar da liberdade apenas afastando-se da vida mundana, dos prazeres do convívio; apenas uma vida regrada coincide com o ideal estoico (não é por acaso que Sêneca foi um crente convicto da vida no campo).

A prática de passar o tempo no campo, por parte dos aristocratas europeus, reapareceu a partir do Renascimento, tal como foi demonstrado pelas refinadas residências, projetadas por artistas de renome. Basta, por exemplo, recordar as magníficas quintas em Veneto de Palladio, ou as preciosas propriedades patrícias na época renascentista, nas terras de Toscana<sup>29</sup>. A partir deste hábito, podemos ligar ao termo italiano de “*villeggiatura*”, do latim *villa rusticae*, a residência no campo onde passar o tempo livre, ou então, o conceito português posterior, “veraneio”, derivado do verbo “veranear”, passar o verão, vocábulo que apareceu, pela primeira vez, em 1874<sup>30</sup> (por sua vez, de origem no termo “verão”, do latim *vērānum*).

Estes podem ser considerados os primórdios do turismo e, deste modo, referem-se a um fenómeno que abarca viagens que nem sempre são motivadas pela recreação, no sentido estrito. Estas viagens são também caracterizadas por fluxos de intelectuais e outros sujeitos, sobretudo de classes sociais elitistas (como os aristocratas, religiosos e na idade moderna, a emergente burguesia) e por alguns fluxos económicos muito reduzidos. São, ainda, caracterizadas pela ausência de estruturas e serviços especializados, com um impacto económico pequeno, ou mesmo nulo, nos locais visitados.

---

<sup>29</sup> Um documento interessante da descrição dos aristocratas venezianos em *villeggiatura*, durante o século XVIII, é oferecido pela Comédias de teatro “*La trilogia della villeggiatura*” de Carlo Goldoni (1707-1793). Nas obras, “*Le smanie per la villeggiatura*” (A ânsia para a *villeggiatura*), “*Le avventure della villeggiatura*” (As aventuras da *villeggiatura*) e “*Il ritorno della villeggiatura*” (O regresso da *villeggiatura*), o autor descreve, de uma forma magistral, os caprichos, os amores de verão, os mal-entendidos, a calúnia que caracterizam vida de *villeggiatura* de uma família aristocrática que, a fim de fazer bem na sociedade, dissipa grandes quantias de dinheiro (Cannizzaro, 2011).

<sup>30</sup> Cf. Geraldo da Cunha A. (1982) *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*, Nova Fronteira, Lisboa.

Segundo a maior parte dos historiadores do turismo, o conceito de turismo, tal como o entendemos hoje, surge ligado à revolução industrial. Inicia-se no fim de mil e setecentos, para se desenvolver, principalmente, durante o decorrer de mil e oitocentos e nos primeiros anos de mil e novecentos, favorecido pelo crescimento paralelo das vias navegáveis e das ferrovias. Isto determinou um forte acréscimo de estruturas especializadas em lugares destinados as férias como, por exemplo, as cidades termas europeias, além do surgimento de novas profissões ligadas ao movimento turístico e, simultaneamente, à difusão de viagens organizadas com fins lúdicos. Paralelamente à evolução do turismo termal, houve uma propagação do turismo climático nas localidades marítimas, montanhosas, fluviais e, posteriormente, o turismo balnear<sup>31</sup>.

Um elemento importante na invenção do turismo moderno foi o papel dos escritores e publicistas, que contribuíram para a criação de uma mentalidade coletiva, na procura do estranho e do desconhecido. Do mesmo modo, estes escritores participaram na criação das ideias românticas de reencontro com a natureza e a história, as águas, o mar e o património cultural (Pérez, 2009).

Este tipo de literatura foi um enorme sucesso na Europa daquela altura. Autores como Stendhal (“Memórias de um turista”, 1838) ou Almeida Garret (“Viagens na minha terra”, 1846) são o fruto de um nacionalismo romântico, que deram lugar ao gosto pelo conhecimento de lugares diferentes e à escrita de guias e itinerários de viagens.

No início de mil e novecentos começou a emergir o chamado *turismo branco*, bem como as primeiras formas de turismo escolar e de turismo social, este último sustentado por entidades públicas e também indústrias privadas (Rocca, 2013). Tal fenómeno teve uma baixa relevância quantitativa até à metade do séc. XX.

Somente depois da II Guerra Mundial e das alterações económicas e sociais e, sobretudo, com a evolução dos sistemas de transporte, é que o turismo se tornou numa atividade humana fundamental, tanto que hoje abrange dezenas de milhões de pessoas, tendo em consideração quem viaja (os turistas) e quem torna possível a viagem (organizações e empresas turísticas)<sup>32</sup>.

De facto, mesmo nesse período, por volta da metade do século passado, surgiram as primeiras definições que descreviam tal atividade. Innocenti (2004, p. 12) defende que «as

---

<sup>31</sup> Boyer (1997) esclarece que os ingleses inventaram, para além da viagem pedagógica, a estação termal aristocrática, em Bath, os banhos de mar em Brighton e a estada em montanha em Chamonix.

<sup>32</sup> Uma das primeiras tentativas para explicar o crescimento da procura do turismo é a *Curva de Engel*: quanto mais rica é uma nação, mais baixa será a percentagem de riqueza total empenhada na compra de alimentos. Tal teoria foi muito criticada no passado, mas hoje apresenta-se como válida para explicar como, no princípio do séc. XX, o turismo se tornou um elemento característico das classes altas. Mais tarde, depois da II Guerra Mundial, o turismo regressou como uma atividade normal, tanto que hoje parece ter conquistado o valor associado a uma necessidade básica, compreendida nos direitos do indivíduo.

primeiras definições de turismo se devem, respetivamente, a Norval (1937), a Hunziker e Kraps (1942)». O primeiro define tal atividade como «um movimento gerado por alguém que entra num país estrangeiro, permanecendo no mínimo 24 horas e fazendo transferências de dinheiro ganho noutro país», enquanto o segundo como «um conjunto de relações e de fenómenos que resultam da viagem e da estada de pessoas não residentes, desde que a sua transferência não gere um rendimento e não esteja ligado a alguma atividade lucrativa principal».

Como se pode constatar, já destas primeiras definições, emergem algumas características próprias, que distinguem o fenómeno turístico (Bencardino, Prezioso 2007):

- a mudança a partir do local de residência;
- a duração da deslocação (superior a 24 horas, mas não superior a um ano);
- transferência de dinheiro sob a forma de despesa, não ligada à atividade lucrativa.

A partir dos anos setenta, a maioria das definições apresenta uma outra variável que explica o fenómeno turístico: o motivo que faz com que o turista viaje.

De facto, Cohen (1979) tem o mérito de ter proposto uma abordagem de estudo que coloca, no centro da experiência turística, as motivações, as práticas sociais e o comportamento dos turistas.

O mesmo autor distingue:

- Turistas existenciais, como por exemplo os peregrinos que procuram lugares de culto;
- Turistas experimentais, como por exemplo os *drifters* (errantes, turismo de mochila), que planificam a sua própria viagem na procura de contornos exóticos e estranhos, na periferia dos destinos turísticos em massa;
- Turistas de experiência, como por exemplo os exploradores individuais que procuram fugir do turismo em massa e viver uma nova experiência;
- Turistas de diversão, que procuram mudança e diversão, desejos característicos de uma sociedade avançada e materialista;
- Turistas recreativos, que são hedonistas e praticam o turismo dos quatro “S” (sun, sea, sand, sex), que representa a fase mais avançada do turismo de massa.

Mais tarde, Valene Smith (1977) estabeleceu uma classificação de acordo com o tipo de lazer escolhido pelo turista. A autora distingue:

- Turismo recreacional: marcado pelo verão;
- Turismo cultural: os turistas que procuram o pitoresco, os velhos estilos de vida;
- Turismo histórico: os turistas que revem as glórias do passado através da visita de castelos, monumentos, ruínas, catedrais etc.;
- Turismo étnico: os turistas que procuram costumes curiosos, estando reservado a uma elite;
- Turismo meio-ambiental: baseia-se em visitas a lugares de interesse ambiental.

Estas categorias, juntamente com outras (por ex. os ecoturistas), têm um papel importante na segmentação da oferta e na procura de nichos de mercado específicos, mas também obedecem a novas formas de relacionamento entre turistas e residentes.

Nestas tipologias, as variáveis sociológicas de idade, género, níveis educativos e níveis de renda são fundamentais. Em função destas variáveis, o turista procura um determinado tipo de atividade e desenvolve um tipo específico de relação com os residentes.

Posteriormente, Valene Smith (1996) definiu também o conceito dos quatro “h” (habitat, heritage, history, handicrafts), um argumento que a autora tem estudado aprofundadamente.

John Urry (1990) esclarece que existem duas formas de olhar, que o turista aplica aos residentes e aos locais de destino turístico:

- O romântico, que procura locais de destino onde pode contemplar a natureza, a arte de forma mais íntima. É o turista que foge do turismo de massas;
- O convencional, que é o turista que precisa de outros turistas onde vai fazer turismo. O que atrai o turista são outros turistas.

Mais recentemente, como sublinha Xerardo Pérez (2009), emergiram novas motivações e comportamentos, que originaram novos tipos de turistas. Sérgio Molina (2003) diferencia o turista, do pós-turista (cfr. parágrafo II.1.2 ) .

O pós-turista, para este autor, é alguém que pensa que tudo pode ser visitado, não é considerado apenas típico, livre dos constrangimentos da “alta cultura” (cfr. parágrafo I.2.1).

Enfim, uma outra categoria é o antiturista (Jacobsen, 2000), quem não se considera turista quando pratica turismo.

O elemento distintivo desta última categoria é o facto de não recomendar outros destinos visitados, para não saturar e destruir a tranquilidade do lugar. Os antituristas julgam que os lugares perdem o encanto com a presença de turistas.

Entre as numerosas motivações subjacentes ao turismo, aquelas relacionadas com a dimensão recreativa, o prazer, a cura de si mesmo (seja no sentido físico, seja no sentido espiritual) são as mais importantes.

Segundo as teorias clássicas (Veblen, 1971), o lazer era entendido como o período de tempo, oposto ao tempo de trabalho, em que os homens passavam sem fazer algo produtivo.

Hoje, esta perspetiva surge como redutora. A divisão dicotómica entre tempo de trabalho e tempo de lazer não era assim tão rígida.

Por exemplo, nas comunidades camponesas, o trabalho estava intimamente associado ao lazer e à festa. No entanto, o conceito de lazer, *sic et simpliciter*, é um conceito urbano, criado recentemente, na sociedade industrial. Segundo esta perspetiva, o lazer serviria para o descanso e a recuperação da fadiga dos trabalhadores mas, paradoxalmente, já se começou a trabalhar, também, nas viagens e nas férias, criando-se novos produtos e conceitos, como os de “turismo de congressos” ou “turismo de incentivos” (Pérez, 2009).

A redução das horas de trabalho, o aumento das atividades de lazer e o desenvolvimento de novos valores culturais, associados ao tempo de lazer, seriam algumas das características da nova sociedade do lazer.

O lazer, em termos sociais, é determinado por três funções (Dumazedier, 1967; 1975):

1. Repouso, recuperação das condições físicas, neurológicas e psíquicas, decorrente da fadiga do trabalho;
2. O divertimento e o recreio, também como forma de compensação do tédio;
3. O desenvolvimento da personalidade, facultando uma participação social mais vasta, uma cultura da sensibilidade e da razão, para além da formação prática e técnica, a integração voluntária na vida de agrupamentos recreativos, culturais e sociais.

Stockdale (1985) esclarece que o lazer pode ser entendido de três formas:

1. O lazer como tempo de escolha de atividade;
2. O lazer como tempo diferente do trabalho;
3. O lazer como tempo interpretado subjetivamente pelas pessoas.

Segundo Bourdieu (1984), os estilos de lazer estariam influenciados por alguns fatores, tais como a idade, o género, o nível de formação (por exemplo, geralmente os indivíduos

que têm uma boa formação preferem visitar museus ou áreas arqueológicas) e a classe social.

Contra estas posturas, aparecem outros argumentos de autores, como Linder (1970) e Rybczynski (1992), que afirmam que, na sociedade ocidental, vivemos uma perda de tempo de lazer, em relação com o crescimento económico.

Tudo isto provoca falta de tempo, que implica uma vida frenética, produtivista e de pouco relaxamento.

A pressa, a ansiedade de ver mais em menos tempo são produto de um sistema económico capitalista, que nos exige cada vez mais trabalho, mais rendimento, “mais flexibilidade”, mais competitividade, mais lucros e mais entrega ao tempo de trabalho (Pérez, 2009).

Mais recentemente, na mesma linha, o antropólogo Manuel Delgado (2002) tem afirmado que o tempo de lazer é dependente de circunstâncias específicas, como aquelas políticas ou económicas, talvez através da publicidade, que pode ser considerada uma forma de controlo da parte do *establishment* de todos os momentos da vida do indivíduo.

O sociólogo Domenico De Masi (1994), por sua vez, esclarece que, hoje, se trabalha menos durante a vida, do que no passado.

O autor, sublinha, também, que, hoje, trabalhamos mais com a mente e menos com o corpo, como consequência do progresso tecnológico. Porém, o mundo contemporâneo, em relação ao lazer, apresenta, também, desigualdades geográficas, pois, no “terceiro mundo”, o tempo de lazer é escasso.

Há pontos de vista opostos aos De Masi, como a visão de Manuel Castells (2000). Este autor suporta que hoje trabalhamos mais do que no passado, há mais mulheres que trabalham, em geral a taxa de desemprego é menor, o nível tecnológico das empresas é maior e são mais as horas de trabalho, por parte dos trabalhadores.

Além do debate entre mais tempo de lazer ou mais tempo de trabalho, é preciso pensar nas diferenças qualitativas no uso e significado do “lazer”.

Assim, Pérez (2009) distingue o “lazer tradicional”, do “lazer moderno”. No primeiro, o espaço público é fundamental, existindo uma agarofília que tem como base uma cultura comum e solidária.

No segundo, o espaço privado é o seu espaço por excelência. Nele, a individualização, o negócio e a reprodução através do consumo cultivam uma cultura do ego.

Hoje em dia, é necessário ultrapassar as dicotomias tempo livre/tempo de trabalho e tempo de lazer/tempo de trabalho, para pensar em diferentes modalidades de uso do tempo.

Por exemplo, em termo de turismo, alguns aspetos profissionais, tais como congressos, reuniões ou outras viagens de trabalho podem dar origem a formas especiais de turismo. Neste caso, podemos distinguir um *turismo próprio* (quando o deslocamento é impulsionado por motivos de lazer), de um *turismo impróprio* (por exemplo, quando a motivação principal da viagem está relacionada com razões de trabalho).

Contudo, é importante referir que, sobretudo nas últimas décadas, a distinção entre as duas categorias não está bem definida (Innocenti, 2004). Parece, aliás, que existe a tendência para ser menos clara e mais flexível (Henriques, 1996).

De facto, mais tarde, no documento realizado com o contributo de diversas organizações, sob a supervisão da ONU, intitulado “Recomendações Internacionais para as Estatísticas de Turismo 2008” (UNWTO, 2011a), no que se refere às principais motivações das viagens realizadas pelos turistas e visitantes do dia, recomenda-se as de motivação pessoal, sendo, esta, geralmente dividida em oito subgrupos:

- |                                  |                            |
|----------------------------------|----------------------------|
| - Lazer, recreio e férias;       | - Religião e peregrinação; |
| - Visitas a familiares e amigos; | - Compras;                 |
| - Educação e formação;           | - Trânsito;                |
| - Saúde e cuidados médicos;      | - Outros motivos.          |

Entre os outros motivos, as motivações profissionais e de negócio representam um setor de grande importância, especialmente se for incluído o turismo de congressos.

Define-se o turismo de negócios «cada vez que uma pessoa se desloca do local de residência para exercer suas atividades profissionais, levando do lugar mais renda do que gasta com o seu consumo» (Innocenti, 2004 p. 40). Uma outra definição mais simples diz que o turismo de negócios é formado por viagens cujo motivo principal é assistir/participar numa reunião (THR, 2006)<sup>33</sup>. Estas reuniões podem dividir-se em duas tipologias:

- Reuniões Associativas. São convocadas por organizações nacionais/internacionais, associações e organismos públicos: congressos, assembleias, conferências, encontros, fóruns, simpósios, etc.

---

<sup>33</sup> THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.) (2006) Turismo de Negócios – Turismo de Portugal.  
<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Turismo%20de%20Negocios%202006.pdf> (ultimo acesso, 15. 06. 2016).

- Reuniões corporativas. São convocadas por corporações/grupos empresariais, companhias multinacionais e empresas: convenções, jornadas, seminários, apresentações, cursos, workshops, conselhos de administração, etc.

Cada tipologia de reunião apresenta características próprias, sintetizadas na Quadro 6.

<b>Reuniões Associativas</b>	<b>Reuniões Corporativas</b>
Repetem-se no tempo, com periodicidade variável	A frequência está dependente da necessidade
Heterogeneidade de participantes	Maior homogeneidade de participantes
Processo de decisão lento e complexo	Processo de decisão mais rápido
Processo de preparação longo	Processo de preparação mais curto
Duração habitual: 3-5 dias	Curta duração
De maior dimensão	De menor dimensão
Variedade na escolha dos destinos/ sedes	Maior repetição do lugar/sede
Maior importância relativa de aspetos alheios às instalações da reunião	Maior importância relativa de equipamentos e serviços específicos

Fonte: THR, 2006, , p. 9.

Quadro 6 - Principais características, segundo o tipo de reunião.

Hoje, o mercado do turismo de negócios está em forte expansão, como é relatado por várias estatísticas (THR, 2006).

Geralmente, os lugares escolhidos para a realização dessas atividades devem ter, além dos vários requisitos técnicos, acessibilidade, pessoal formado, etc - mas não devem perder requisitos adicionais, que permitem as atividades depois do trabalho gerar o turismo de negócio.

A título de exemplo, apresenta-se um estudo onde são indicados os requisitos que um centro de reuniões deve cumprir. Neste estudo, intitulado “Mercado de Reuniões na Europa”, realizado pela THR, em 2003, com base numa pesquisa a 200 utilizadores institucionais e corporativos e 50 intermediários especializados<sup>34</sup>, podem identificar-se quatro grandes categorias, em função da importância concedida a cada um dos requisitos que a oferta neste setor deve cumprir:

- Categoria 1: A adequação quantitativa e qualitativa das instalações, equipamentos e serviços para a atividade principal (reunião); em determinada situação, as condições de acessibilidade, comunicação e preço, constituem o núcleo principal da utilidade comprada pelo utilizador.

<sup>34</sup> Os intermediários são as principais agências de organização destes eventos, como PCO e DMC.



- Categoria 2: A experiência e *know how* do pessoal são componentes importantes, mas menos decisivos na percepção de utilidade.
- Categoria 3: Formada por alguns componentes ligados a centros de reuniões, mas não diretamente à atividade principal, como o alojamento no próprio centro, a disponibilidade de serviços complementares e as condições da zona envolvente.
- Categoria 4: Formada pelos componentes externos ao centro de reuniões, como a imagem e prestígio do local, ou a oferta comercial, turística e de lazer.

Os requisitos da categoria 4 permitem gerar várias formas de turismo (Quadro 7).

Fatores	Utilizadores	Intermediários
Quantidade e qualidade dos equipamentos e serviços específicos para a realização de reuniões	8.3	8.7
Quantidade e qualidade das instalações gerais	8.1	8.5
Acessibilidade / comunicações	8.1	8.1
Determinadas situações do Centro de Reuniões	8.0	7.2
Preço	7.9	7.7
Experiência e <i>know how</i> do pessoal	7.5	8.4
Disponibilidade e qualidade de serviços complementares	7.0	7.6
Disponibilidade de alojamento no próprio Centro	7.0	7.4
Condições da zona envolvente (paisagem, tranquilidade...)	6.8	6.4
Eficácia da comercialização / comunicação	6.4	7.7
Prestígio e imagem do local (destino)	6.3	6.2
Oferta complementar (turística, comercial, recreativa...)	6.0	7.0

Fonte: THR, 2006,, p. 25.

Quadro 7 - Importância dos requisitos que um centro de reuniões deve cumprir.  
(Escala: 0 = Nada importante 10 = Muito importante),

Como se nota, existem algumas diferenças de avaliação, em função da posição ocupada na cadeia de valor.

Assim, por exemplo, os intermediários parecem mais exigentes do que os utilizadores finais, no que diz respeito às instalações, equipamentos e serviços, quer os especificamente relacionados com a atividade principal (reuniões), quer os mais gerais. A mesma tendência é registada na categoria de oferta complementar (turística, comercial, recreativa...).

É interessante verificar a atenção para a imagem e prestígio do lugar selecionado - neste caso, as cidades de património podem desempenhar um papel fundamental.

De facto, a partir de fontes diretas (entrevistas com os vereadores), as cidades da UNESCO, escolhidas para o estudo comparativo (Siena e Évora), apresentam uma agenda rica em reuniões e conferências.

Entre 1993 e 1994, a ONU e a WTO consideraram o turismo uma «atividade das pessoas que viajam em direção a outro local, e que se encontram em lugares diferentes do próprio meio habitual, por um período não superior a um ano consecutivo e com finalidade lúdica, de negócios ou por motivos diversos ao exercício de uma atividade remunerada dentro do lugar visitado».

Com o decorrer dos anos, manifestou-se um maior interesse, por parte dos investigadores, relativamente às análises ligadas ao estudo de outras variáveis que podem influenciar aquilo que induz à motivação da viagem, como a curiosidade por lugares desconhecidos, o comportamento psicológico e a relação entre os mesmos elementos do sistema turístico, modificando-se, assim, o impacto sobre o ambiente natural e social (Trippa, 2008).

Como refere Gartner (1996, p.7) «(o turismo) ocorre quando os indivíduos mudam fisicamente e psicologicamente de lugar», o que pressupõe uma predisposição para alteração da rotina e uma viagem para outro lugar.

Tudo isto gerou novas reflexões na comunidade científica, verificando-se um empenho no estudo de modelos interpretativos, fundados sobre uma suposta dicotomia entre “turista bom” e “turista mau”, geralmente identificados com o turismo individual e com o turismo organizado.

Tal abordagem é consolidada a tal ponto que, na linguagem corrente, é progressivamente imposta uma distinção entre duas categorias de pessoas: o *turista* e o *viajante*, em relação aos comportamentos assumidos no decurso da experiência. Sendo assim:

- o termo viajante refere-se ao significado de liberdade, aventura, individualismo, e indica alguém que, ainda que tenha limitações económicas, procura a experiência mais autêntica através de contactos mais diretos com as pessoas e a cultura do lugar;
- o termo turista, utilizado, também, com algum sentido pejorativo, descreve a parte de população que incide sobre o turismo em massa, através de comportamentos estandardizados e, como tal, bem organizados e pouco espontâneos (Sharpley, 1994).

Neste contexto, os modelos que tiveram uma influência maior na ciência do turismo são os desenvolvidos por Cohen (1972), que se baseiam no pressuposto que os turistas tenderiam a combinar a procura de novas experiências com a necessidade de segurança. Esta necessidade pode derivar apenas da presença de ambientes tranquilizadores, familiares ou, então, o de Plog (1974), que distingue o comportamento do turista dentro de dois extremos: o turista *alocêntrico*, aquele que escolhe metas desconhecidas às outras pessoas, amantes da viagem de exploração de lugares preservados, diferente do turista *psicocêntrico*, essencialmente direcionado para os sítios conhecidos e famosos, com todas as comodidades (cf. parágrafo I.1.8).

Hoje, tal distinção está já bastante ultrapassada, desde o momento em que a organização de uma viagem a nível individual, ao contrário de uma viagem programada, não pressupõe alguma superioridade moral do *turista autodidata*, mas está mais relacionada com fatores como o conhecimento das línguas ou a experiência de viagem (Formato, 2006).

Nesta ótica, mais tarde, Smith e Eadington (1995) individualizam sete tipos de turistas, situando, num dos extremos da escala, os exploradores e, no oposto, os que viajam em pacotes totalmente organizados. Simultaneamente, associam-se grupos aos seus impactes na cultura de acolhimento e à sua influência nas perceções que as populações locais têm do turismo.

Adicionalmente, os autores definem cinco classes de motivações para a seleção dos destinos: étnica, cultural, histórica, ambiental e recreativa.

Ainda no âmbito da definição de turismo, uma outra inovação é expressa por Jafari (1977, p. 129), segundo o qual o turismo é «o estudo de um indivíduo fora do seu habitat usual, da indústria que satisfaz as suas necessidades, e do impacto que ele e esta indústria têm no ambiente sociocultural, económico e financeiro do país hospitaleiro».

Como é de fácil dedução, a novidade desta definição reporta-se a dois aspetos: no primeiro, sobressai o conteúdo económico do fenómeno turístico, que terá que ser enquadrado na dinâmica de mercado, com o confronto entre a procura e a oferta; por outro lado, não menos importante, afirma-se que o turismo, como qualquer outra atividade económica, tem um impacto sobre o ambiente de destino.

Com esta perspetiva sobre a evolução e a definição de turismo é possível enquadrar estas últimas em três grupos diversos (Gómez, 1988):

- a) as definições que fazem referência a uma análise filológica dos termos de turismo e turista;
- b) as definições que se baseiam no aspeto económico do fenómeno;

c) as definições que dão uma maior ênfase ao aspecto sociológico.

Atualmente, o turismo tem abarcado valores verdadeiramente notáveis. Considera-se que esta atividade faz parte do modo de viver habitual das pessoas e que a mobilidade turística é uma característica do mundo ocidental.

Além do mais, a possibilidade de viajar e de estar em outro lugar, fora da própria residência habitual, com o intuito de conhecer e viver experiências recreativas, mas também de receber (ou fornecer serviços) que não estão disponíveis localmente, traduz-se numa das prioridades para as populações que vivem em sistemas económicos em que o nível de desenvolvimento possibilita destinar uma parte do seu rendimento *per capita* para viajar.

Para lá de qualquer eventual definição, é possível considerar o fenómeno como um resultado da interação de três diferentes subsistemas (Leiper, 1995; Peace, 1995):

a) o **turista**, que representa o protagonista do fenómeno turístico, sendo necessário estudar e descrever os seus hábitos, as suas necessidades e as suas expectativas, seja na atualidade, seja na perspetiva da sua evolução no espaço e no tempo.

As diretivas internacionais sugerem a distinção de quatro tipos de viajantes: residentes, visitantes, turistas, excursionistas, subdivididos em duas grandes áreas, nomeadamente o turismo internacional e o turismo doméstico, cujo elemento diferenciador é o tempo que se passa num determinado lugar (WTO, 1994). Para Cooper *et al.* (2007), os turistas são um grupo muito heterogéneo, que pode ser dividido, considerando diversos fatores, como a origem, as motivações, o estilo de vida e a cultura (Quadro 8).

Não é por acaso que, em áreas de investigação sobre turismo, se tenta analisar o comportamento dos turistas, para os agrupar em tipologias (cf. parágrafo I.1.3), de modo a facilitar a segmentação do mercado (Swarbrooke, Horner, 2007).

TERMOS	TURISMO INTERNACIONAL	TURISMO DOMÉSTICO
Residente	Pessoa que vive num país no mínimo por 12 meses consecutivos.	Pessoa que vive num país pelo menos por 6 meses.
Visitante	Pessoa que viaja num país diferente daquele da sua residência habitual. Vive fora do seu local habitual por um período não superior a 12 meses, em que a motivação da viagem é diferente de uma atividade remunerada.	Pessoa que viaja dentro do próprio país, mas fora do seu local habitual, por um período não superior aos 6 meses, em que a motivação da viagem é diferente de uma atividade remunerada.
Turista	Visitante internacional, que se estabelece, pelo menos, 24 horas e, no máximo, 12 meses.	Visitante doméstico que se estabelece, pelo menos, 24 horas e, no máximo, 6 meses.
Excursionista	Visitante internacional que se estabelece menos de 24 horas.	Visitante doméstico que se estabelece menos de 24 horas.

Fonte: Formato, 2006, p. 6, reelaborado pelo autor.

Quadro 8 - Classificação dos viajantes segundo a WTO.

- b) o **setor turístico**, que é composto por todas as atividades (económicas ou não) criadas para fornecer aos turistas os serviços e os bens requeridos e necessários para a satisfação das suas expetativas – portanto, a programação da viagem e a gestão das atividades, in loco;
- c) o **elemento físico-geográfico**, ou seja, os territórios que acolhem a movimentação dos turistas, no espaço, distinguindo-se entre as áreas geradoras de turismo (*Traveller Generating Regions*), onde os turistas residem; as áreas de trânsito (*Transit Routers*), atravessadas pelos turistas no decurso da sua viagem; as áreas de destino (*Tourist Destinations*), meta da viagem e lugar de permanência do turista no tempo decorrido longe da sua habitação (Franch, 2010).

Dada a transversalidade e a complexidade do fenómeno turístico, é possível analisá-lo sob vários pontos de vista. De facto, este pode ser objeto:

- de análises sociológicas, que apresentam o turismo como um fenómeno sociocultural complexo, que não só deve ser medido estatisticamente, como também interpretado qualitativamente, na sua complexidade humana. Segundo

Santana (2003) são quatro os aspetos fundamentais que definem o turismo (Quadro 9):

Aspeto dinâmico	⇒	Mudança de lugar. Deslocação
Aspeto estático	⇒	Estada no destino
Aspeto teleológico	⇒	Motivações do turista
Aspeto consequencial	⇒	Impactos

Fonte: Santana, 2003, p. 117.

Quadro 9 - Aspetos que definem o turismo de acordo com a perspectiva sociológica.

Pensar o turismo nesta perspetiva, permitir-nos-á compreender, com maior profundidade e rigor, a complexidade do sistema turístico.

O aspeto dinâmico relaciona-se com o movimento produzido pelo turismo, mas também com as mudanças sócio-económicas do território, determinadas pelo próprio turismo .

O aspeto teleológico ajuda a compreender melhores motivações do turista.

O aspeto estático inclui a estrutura empresarial de acolhimento, os turistas e as suas atividades, o encontros entre turistas, a população local e as empresas.

O aspeto sequencial mobiliza os impactos derivados do desenvolvimento turístico, como a concentração de turistas, aumento dos bens e dos serviços, alterações do comportamento dos locais, alterações do contorno físico e outros (cfr. parágrafo I.1.7).

Este esquema adota uma perspetiva funcional e ajuda a entender o sistema em termos de elementos envolvidos.

- de análises antropológicas que estudam o turismo a partir das seguintes perspetivas (Pérez, 2009):

1. O turismo como intercâmbio sociocultural.

Desde esta perspetiva teórica, o turismo é pensado como uma relação de intercâmbio entre turistas e recetores de turistas, estabelecida durante o tempo de lazer dos turistas, e a maioria dos locais trabalham para os turistas.

O turismo é perspectivado como um veículo de intercâmbio cultural entre pessoas e grupos humanos.

2. O turismo como experiência ritual moderna.

Nesta ótica, o turismo pode ser entendido como um ritual que marca o tempo, separando o tempo de trabalho, do tempo de lazer, delimitando a experiência de uma mudança, de uma novidade.

### 3. O turismo como prática de consumo diferencial.

O turismo pode ser, também, entendido como prática de produção e consumo de bens simbólicos, com significado social. O tempo de lazer é, hoje, fundamentalmente um tempo de consumo. A partir desta perspetiva teórica, o turismo é um sistema de produção e consumo de tempo de lazer, socialmente conotado de signos e atributos sociais. Fazer turismo é uma expressão das identidades sociais dos seus intervenientes, tanto que praticar turismo pode ser considerado como um indicador de estatuto social (Urry, 1990). De acordo com esta perspetiva, o “produto turístico” define, simbolicamente, um prestígio associado ao consumo e este consumo determina uma diferença entre os grupos sociais.

### 4. O turismo como instrumento de poder político-ideológico.

Nesta perspetiva, o turismo é entendido como forma de afirmação e construção sócio-política, subjacente à invenção do local turístico. Uma das consequências do atual sistema capitalista é o movimento de capital institucional e de turistas para regiões mais preparadas para a receção de turistas. Na construção de lugares turísticos, tem um papel fundamental uma super-estrutura ideológica, como narrativas, imagens, literatura de viagens, brochuras e património cultural. Deste modo, o turismo funciona como um aparato de afirmação política, originando políticas de representação, que utilizam e manipulam símbolos com o objetivo de reforçar os modelos de dominação e controlo políticos.

- de análises psicológicas; o turismo estimula energias psíquicas e possibilita experiências de realização pessoal. O turismo, como escreve Graburn (1977), é fruto de uma invenção cultural recente, produzida no mundo ocidental desenvolvido, no qual ao tempo do não trabalho se associou à recreação.

O turismo, portanto, pode ser considerado seja como uma motivação psicológica universal, seja como uma prática ritual moderna e de marco ocidental.

Estas perspetivas de estudo investigam minuciosamente algumas temáticas relevantes, que são próprias do turismo, como a imagem de lugares para visitar (processada de forma direta ou indireta). As férias tornam-se numa espécie de revisão do próprio imaginário ou, ainda, analisam o tema multifacetado do encontro entre populações de acolhimento e populações acolhidas, para interpretar não só a relação entre turistas e residentes, mas também os mesmos modelos de desenvolvimento impulsionados pelo

turismo, em perpétua oscilação entre o entusiasmo no acolhimento do estrangeiro e o medo de perder a própria identidade ou danificar o território, por causa da exploração turística (Franch, 2010).

### I.1.2 As fases evolutivas do turismo

Em parte, a necessidade de turismo é incluída no instinto migratório dos grupos humanos e no gozo de descobrir e conhecer lugares, dependendo do modelo de organização da sociedade.

Não é por acaso que as férias estão estreitamente ligadas à evolução económica, social e cultural dos diferentes países: nasce como forma elitista, quando a estratificação social era muito forte e as pessoas não podiam sair das suas casas para entretenimento; e torna-se turismo de massa em simultâneo com a expansão da produção industrial e com a paralela reorganização social e cultural, a seguir. Evolui para formas mais sofisticadas e variadas, quando o rígido modelo da sociedade industrial dá lugar à economia dos serviços e à globalização dos mercados.

De acordo com uma análise histórico-económica, podem ser identificadas, na Europa, quatro etapas evolutivas do turismo, que tiveram lugar ao longo do tempo, com uma aceleração forte nas décadas recentes (Battilani, 2009):

a) fase do prototurismo: desde a antiguidade até à segunda metade do séc. XVIII.

Esta fase inclui todas as viagens feitas, no passado, por várias razões e, até mesmo, a cultura do *otium* da civilização romana (cf. parágrafo I.1.1). Durante a Idade Média, as peregrinações foram um fenómeno de grande importância, do ponto de vista dos intercâmbios culturais e comerciais, portanto, itinerários bem estabelecidos no coração da Europa, como a *Via Francigena* e o *Caminho de Santiago*, desempenharam um papel fundamental na história da civilização, seja desse período, seja do seguinte. Fazem parte desta fase, também, as viagens das grandes descobertas geográficas; não se olha ao mar só como a um lugar misterioso do que fica longe, de acordo com algumas crenças presentes em campos como o teológico, filosófico e literário, mas com o progresso dos estudos científicos, a praia e o mar são vistos como um lugar a contemplar e admirar (Sirgado, 1990). A redescoberta da natureza, como lugar de meditação e relaxamento, induziu a rica aristocracia a passar os meses de verão em



sumptuosos palácios e propriedades, que surgiram em lugares agradáveis (Simões, 2009).

Mais tarde, no séc. XVIII, graças à aristocracia inglesa, surgiram viagens principalmente voltadas para a Itália, com finalidade de estudo, formação e conhecimento, por jovens aristocratas. As viagens representaram, também, uma espécie de rito de iniciação para estabelecer relações diplomáticas e obter contactos com as mais importantes famílias nobres ou com a burguesia europeia. Este fenómeno, conhecido como o *Grand Tour* (cf. parágrafo I.1.1), pode ser, justamente, considerado a origem do turismo cultural.

Um exemplo português é o caso do rei Dom Pedro V, que fez a rota inversa dos turistas ingleses, rumando a Londres (1854) e Paris (1855), para adquirir conhecimentos que lhe servissem, mais tarde, para a sua governação (Pèrez, 2009).

b) fase do turismo moderno: desde a metade do séc. XVIII até o II conflito mundial. Continua a ser um fenómeno de elitistas, embora ao lado da aristocracia começam a dominar as classes médias e, através de um lento processo de democratização, a partir do século XX, também as dos trabalhadores<sup>35</sup>.

No século XIX, a revolução industrial e burguesa provocaram uma mudança sociocultural muito importante, por um lado os transportes, como por exemplo o comboio, a bicicleta ou o carro facilitariam as viagens, e, por outro, a burguesia imitaria os costumes da aristocracia. O comboio não só vai permitir que as pessoas viagem mais rapidamente e até mais longe, mas também vai provocar uma nova visão do mundo. O mundo passa a ser observado como paisagem, como panorâmica. Na França de finais do século XIX, a excursão dominical, pedestre ou em bicicleta, deu lugar aos primeiros “touring clubs” (Santana, 1997).

Nos anos trinta, do século XX, as reivindicações sindicais conquistam as férias pagas. O automóvel, o avião e a mota facilitaram ainda mais o impulso das viagens

---

<sup>35</sup> Ao contrário dos autores, que defendem uma origem apenas moderna e ocidental para o turismo, a antropóloga Erve Chambers (2009) afirma que não apenas a tradição ocidental tem contribuído para a invenção do turismo moderno. Ela coloca o exemplo dos “oshi”, ou guias japoneses de peregrinos na Idade Média, para defender a ideia da multiplicidade de origens, primórdios e invenções do turismo.

A mesma autora critica, também, a ideia de que o turismo foi criado apenas pelas elites. O turismo também nasceu nas classes operárias, como acontecia em Lancaster no século XIX, quando as famílias operárias faziam visitas ao mar (Chambers, 2000).

turísticas, contribuindo para a criação de rotas turísticas. Com o nascimento do "turismo social"<sup>36</sup>, até as classes mais baixas começaram a fazer parte, pela primeira vez, do mundo do turismo. Esta fase é caracterizada pelo aparecimento das primeiras instalações recetivas bem organizadas, como os grandes hotéis, e de uma melhoria acentuada dos meios de transporte, como as ferrovias e os primeiros voos comerciais e, finalmente, da criação de estruturas organizacionais, tais como as agências de viagens. Tudo isto contribuiu, sem dúvida, para o crescimento quantitativo do fenómeno. Nesta fase, o turismo termal desempenha um papel importantíssimo, facto que, segundo alguns autores, tanto pela organização das estruturas, como pela propagação geográfica do fenómeno, pode ser considerado a origem do turismo contemporâneo (Rocca, 2014).

a) fase do turismo em massa: desde o segundo período pós-guerra, até à época neoindustrial. Graças ao *boom* económico, aumentam os rendimentos dos trabalhadores e, graças ao reconhecimento das férias pagas, resultado obtido após uma forte luta dos sindicatos<sup>37</sup>, muitas famílias começam a viajar para as estâncias balneares, durante os meses de Verão.

É, ainda, notável a difusão do uso do automóvel e a presença de uma rede de autoestradas eficiente (Fernandéz, Fuster, 1991). Desde os anos sessenta, seguindo o sucesso dos Jogos Olímpicos de Inverno, foi registado um interesse crescente no turismo de montanha, relacionado com os desportos de inverno.

Esta fase é, também, caracterizada pelo importante papel desempenhado pelos meios de comunicação, na promoção de novos estilos de vida, investindo também no período de férias, promovendo as praias quentes e ensolaradas do Mediterrâneo, ou as da Florida e da Califórnia, na América (também por causa da *jet society*. Basta recordar o papel de Brigitte Bardot na promoção da Riviera Francesa). Os famosos 4 S (*sun, sand, sea, sex*), já referidos, podem representar um eficaz paradigma de síntese do turismo daquele período<sup>38</sup>.

---

<sup>36</sup> O turismo social é uma forma de turismo promovido (sob forma direta ou indireta) pelas instituições de carácter social e cultural, com o objectivo de favorecer o turismo da classe dos trabalhadores (Dall'Ara, 2005).

<sup>37</sup> Dentro de um longo e atormentado processo sócio – histórico, as organizações sindicais foram reivindicando menos tempo de trabalho, direitos laborais e mais tempo de lazer. Resultado das reivindicações, a OIT (Organização Internacional do Trabalho) aprovou a jornada de trabalho de 8 horas por dia ou 48 horas por semana. Isto aconteceu em 1919 e significou um fito muito importante na história da humanidade (Pérez, 2009).

<sup>38</sup> A praia foi associada a uma nova ideia do corpo e da sua exibição. Desta forma, em 5 de Julho de 1946, o francês Louis Réard apresentava, em Paris, "o menor traje de banho do mundo": o biquíni (Carmona, 2006). Este só foi aceite plenamente os anos 1960, após ser proibido pela Igreja Católica e em muitos

Nos anos setenta, nascem, finalmente, as instalações especiais, os aldeamentos turísticos, destinados a mudar radicalmente a natureza das férias, juntamente com a difusão das viagens aéreas e a continuação do crescimento do operador turístico.

Dado o crescimento exponencial do turismo, também os impactos sobre o território começam a ser significativos. É suficiente lembrar a proliferação da construção de "casas de férias", ou dos grandes complexos hoteleiros que têm afetado, do ponto de vista paisagístico, grandes extensões da costa do Mediterrâneo, particularmente no *arco latino*<sup>39</sup> (o fenómeno da «*marbellizzazione*» cf. parágrafo I.1.7).

Alguns autores, como o antropólogo Jafar Jafari (1977; 1987), interpretam a aparição do turismo de massas como:

- O desejo de quebra na rotina diária e a liberdade de escolha de uma vida distinta (temporariamente limitada):
- O sistema sócio – económico dominante prepara subsistemas recreativos para o descanso curativo do esgotamento dos trabalhadores, logo da recreação. O trabalhador volta a estar preparado para desempenhar os seus trabalhos no sistema.

Mario Gaviria (1974), por sua vez, prefere falar de condicionamentos infra-estruturais para o desenvolvimento do turismo de massas, que são:

- Infraestruturas urbanísticas e turísticas;
- Mão-de-obra abundante, educada ou educável, para seguir as atividades do turista;
- Ter um exotismo diferencial suficiente, sem cair no estranho ou no não familiar. O turista procura o mesmo que no seu país, mas com uma diferença limitada à paisagem, ao meio ambiente, às culturas diferentes, às vezes, à comida, mas os serviços pedidos devem ser de elevado nível.
- Espaço urbano.

Com o surgimento de novas sensibilidades na sociedade, a partir do meio ambiente e da mudança social no mundo do trabalho, tem surgido uma crise do

---

países. Este elemento mudaria a ideia da ocultação do corpo feminino e contribuiria para sua exibição nas praias.

<sup>39</sup> Consiste no trecho da costa do Mediterrâneo, que começa em Espanha, atravessa a Riviera Francesa e continua ao longo do litoral italiano do Tirreno.

modelo de turismo em massa, versus o aparecimento de novas formas de turismo. Como veremos adiante, estas novas formas de turismo têm a principal característica de ter uma duração mais curta e uma forte segmentação, que comumente recorrem a variáveis geográficas, económicas, socioculturais, assim como aos preços, acessibilidades/mobilidades, condições governamentais, comunicações dos Média, publicidade, sem descurar as aspirações e intenções dos turistas (Cavaco, Simões, 2009).

fase do turismo global. É a última fase do turismo, com o início na década de noventa. Há três «momentos» diferentes.

O primeiro período vai até os anos oitenta e é caracterizado por um forte crescimento do turismo em termos socioeconómicos, sociais e espaciais. De facto, entre 1950 e 1980, a mobilidade dos turistas aumentou de 25 a 285 milhões de chegadas, aumentando o fluxo cerca de 12 vezes<sup>40</sup> (Rocca, 2014).

O momento seguinte abrange os últimos dez anos do séc. XX, marcado pelo fim de uma economia mundial bipolar, intimamente ligado ao desaparecimento das fronteiras<sup>41</sup>.

O terceiro e último momento, coincidindo com o primeiro milénio, encontra-se incluído na fase «madura» do fenómeno turístico e é caracterizado por momentos de forte crescimento e tempos de estagnação e flexão, devidos a causas de ordem política<sup>42</sup>. Desde 2009, registaram-se sinais de contraste.

Por um lado, os turistas tornaram-se mais conscientes da complexidade do mundo, onde os conflitos armados nunca deixam de existir e, por outro, a condição económica global tornou-se cada vez mais instável, devido às frequentes crises financeiras e à oscilação dos preços dos recursos energéticos. Neste período, o turismo é caracterizado por férias cada vez mais curtas, que se repetem várias vezes ao longo do ano, focadas em destinos mais facilmente acessíveis pelo transporte aéreo, mas também para o surgimento do “turismo de

---

<sup>40</sup> Como observado por Boyer (1999), durante o decorrer destes 30 anos, nos países desenvolvidos, manifesta-se um rápido processo de «democratização» do turismo, favorecido pelos fortes aumentos dos salários da classe operária, juntamente com o direito de férias remuneradas, a menos horas de trabalho, e a consequente disponibilidade de mais tempo livre.

<sup>41</sup> Neste momento, afirmam-se no mercado turístico mundial países como a China, Cuba e a África do Sul post-apartheid - países destinados a crescer rapidamente após o isolamento internacional.

<sup>42</sup> Embora o ataque às Torres Gémeas em Nova York, em 11 de setembro de 2001, não tenha tido como objetivo a destabilização do turismo na cidade, mais tarde verificaram-se vários ataques a turistas no mundo; como ocorreu em Bali, Sharm El Cheik, na ilha Maurícia e em Marraquexe, citando alguns exemplos.

nicho”<sup>43</sup>, como o ecoturismo, o turismo desportivo ou de aventura, o turismo religioso, etc.

De facto, de acordo com Burns (2006), os fatores que representam a oferta, nesta fase de turismo, são os nichos, a supersegmentação e a qualidade.

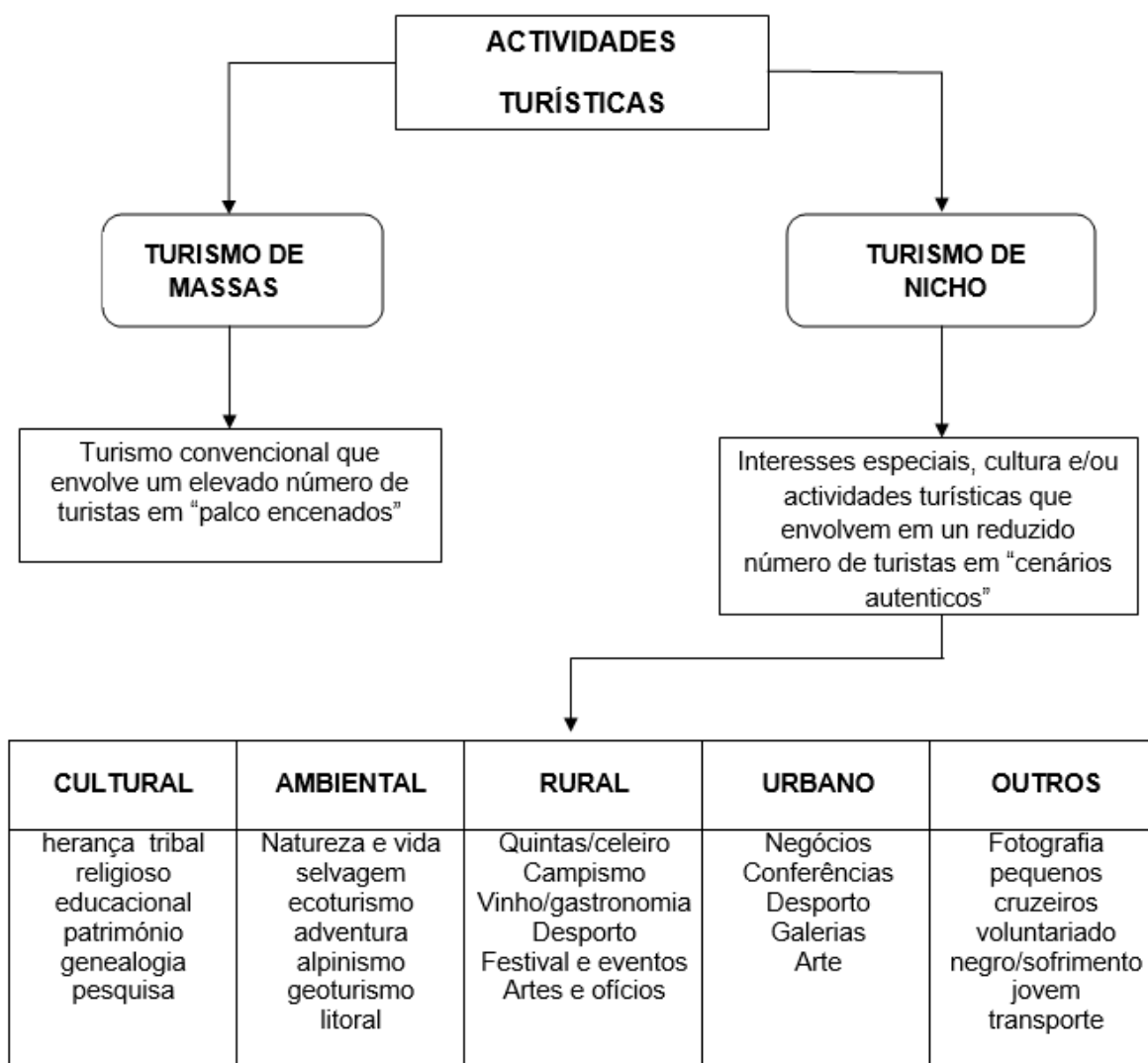
O turismo de nicho é, hoje, um fenómeno complexo, caracterizado por uma oferta flexível, muitas vezes de pequena escala (intimista), um mercado muito segmentado, a gestão e distribuição integradas e apoiadas cada vez mais no uso das novas tecnologias. Na maioria das vezes, o turista com interesses especiais revela um desejo de experienciação “autêntica e real” e de identificação com as comunidades locais, ao mesmo tempo que demonstra uma elevada consciencialização no relacionamento com o ambiente e a cultura, muitas vezes uma cultura de cariz etnográfico (Cavaco, Simões, 2009).

Robinson e Novelli (2005) analisando as atividades em que os turismos de nicho propõem um agrupamento em cinco conjuntos: cultura (tradição, religião, património...), ambiente (natureza, montanha, litoral...), rural (quintas, vinho e gastronomia, artesanato...), urbano (negócios, congressos, exposições...) e outros (voluntariado, safari fotográfico...)

Na fig. 4 está presente um esquema de síntese, que enfatiza as diferenças em relação ao turismo de massa.

---

<sup>43</sup> O termo “nicho” ter-se-á generalizando a partir de 1957, por intervenção do ecologista Hutchinson, que ao referir-se à região, numa escala multidimensional, caracterizou-a como um conjunto territorializado de factores ambientais que afetam o bem-estar de uma espécie (*Habitat*). A sua utilização em turismo passou através do marketing. (Cavaco, Simões, 2009).



Fonte: Cavaco, Simões, 2009, p. 31.

Fig. 4 - Componentes dos turismos de nicho.

Como esclarece Mário Beni (2006), estas formas de turismo refletem tanto a influência de características individuais, fatores culturais, como da classe social (desejos, bens imateriais e trocas psicológicas, capacidades, capacidades, económicas) e traduz-se em grupos de consumidores que, no campo do turismo, compartilham valores, interesses e comportamentos.

Contudo, vários autores têm chamado a atenção para a dificuldade de identificação do espectro de produtos classificáveis como “turismo de nicho”, tanto mais que, em várias situações, os produtos turísticos posicionam-se num contínuo que vai da massificação à procura específica e limitada.

Efetivamente, através de um exame dos diversos produtos de turismo de nicho, pode-se afirmar que uma parte deles pode ser classificado, seja como incluídos

no turismo de massa, seja pertencentes ao turismo nicho, tal como foi definido anteriormente.

É este o caso dos grandes cruzeiros marítimos. Estamos perante situações de procura com significativa massificação, mas quando nos referimos aos pequenos cruzeiros ao longo dos rios (o caso do Douro ou do Guadiana) já podemos considerar que nos aproximamos do conceito de turismo de nicho.

Outro exemplo, mais próximo do tema do turismo cultural, diz respeito às chamadas rotas do património, na base de muitos pacotes de viagem turística, comercializados pelos operadores (sobretudo para grandes monumentos), mas que também tendem a emergir nas pequenas escalas da região, do distrito, em torno de valores patrimoniais mais locais e de maior atratividade para alguns segmentos da procura, como é o caso da Rota das Aldeias Históricas (Cavaco, Simões, 2009).

Sobre os destinos, Mário Beni (2006), de acordo com a vocação turística e o seu poder de atração, explica que, por um lado, há destinos de lazer e entretenimento ou recreação, ecoturismo, rurais, sol e praia, climático e paisagístico, cultural, religioso, desportivo, dos eventos, de negócios etc.; por outro lado, há os destinos convencionais, de âmbito local, regional, nacional e global.

De facto, se, por um lado, houve um aumento acentuado do número dos países geradores de fluxos turísticos como, por exemplo, os países da Europa Oriental e alguns países asiáticos, impulsionado, principalmente, por processos de imitação dos estilos de vida ocidentais, por outro lado, estamos a assistir a um aumento dos lugares escolhidos como destino de férias, mesmo em áreas até recentemente consideradas "pouco turísticas", como a Antártida, ou os desertos. Parece óbvio que, mais do que de turismo, é preciso falar de "tipos de turismo", onde a experiência turística é caracterizada principalmente pela individualidade, a personalização das férias, a busca de relações interpessoais (alguns autores falam de "turismo relacional"<sup>44</sup>) e por um contacto com a cultura e identidade.

Vivemos numa época do turismo global, onde o turismo é tornar-se tudo e em todos os lugares. Já não são os objetivos que fazem a diferença, mas as experiências que se podem viver, na relação entre o indivíduo e o lugar.

---

<sup>44</sup> O turismo relacional baseia-se na oferta de bens e serviços turísticos, através de uma combinação de relações interpessoais. É um processo participativo direto da população de acolhimento versus os turistas, para partilhar o gosto de descobrir a beleza e a peculiaridade do património artístico, histórico, folclórico, gastronómico, enológico e, acima de tudo, a humanidade (Ruisi, 2004).

À luz deste cenário, é evidente que, para o turista- consumidor, a questão já não é só o produto turístico, mas a experiência e participação, em busca de excitação e consumo agradável e envolvente: a experiência e participação são as variáveis essenciais e a fundação de "novos tipos de turismo".

Esta tendência requer a necessidade de um turismo capaz de renovar-se constantemente, o que envolve mais atores, públicos e privados, e, para desenvolver um portfólio de ofertas de "interesse especial", decorrentes das necessidades de um consumidor que procura cada temporada de férias para tentar uma experiência turística diferente, autêntica, viva, de qualidade e baseada no conhecimento, interação e exploração.

Neste contexto sócio-cultural, um lugar acaba por ser de interesse turístico, quando, entre outros critérios, respeite as normas ambientais, possua uma riqueza artística e arquitetônica com fatores de interesse histórico e cultural, esteja equipado com uma rede de serviços aberta ao mercado, através uma série de relacionamentos estratégicos.

A ferramenta essencial para manter a competitividade está ligada ao conceito de qualidade: os turistas avaliarão as propostas e orientarão as suas escolhas com um alto padrão de qualidade e preço.

A busca da qualidade é fundamental e afeta, não só as estruturas de alojamento, restauração e transporte, mas também o património cultural; o objetivo é a oferta de qualidade na relação com o preço, instalações confortáveis, profissionalismo do pessoal, atenção para as necessidades de cada tipo de turista.

Nesta fase, as marcas territoriais de qualidade e do turismo vão assumir um papel de grande importância, tal como será discutido mais tarde.

Além destas classificações das fases evolutivas de turismo, propostas por Battilani (2009), mais recentemente surgiu, na literatura científica, o conceito de "pós-turismo".

Tal significa uma nova maneira de interpretar o turismo contemporâneo, em toda a sua complexidade. O prefixo "pós" vem do latim *post*, que significa "após", e carrega em si a noção de sinalizar um passado que necessita ser revisto e mudado<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> Muitos autores, ao abordarem o tema do pós-turismo, referem-se ao conceito de pós-modernismo. O conceito de pós-modernismo surgiu no mundo hispânico na década de 1930, para expressar o refluxo conservador existente, fonte do capitalismo que tem o seu auge em 1960, quando o sistema radicaliza o seu lado opressivo e combate o socialismo como sistema autoritário e totalitário.



Sergio Molina (2003) sublinha que importantes transformações nas sociedades ditas pós-modernas<sup>46</sup> propiciaram uma série de mudanças neste importante fenómeno de carácter sócio-espacial que é o turismo, modificando-o de maneira significativa na sua estrutura e funcionamento.

Molina distingue o desenvolvimento do turismo em três etapas fundamentais, baseadas em eventos relevantes: o pré-turismo, o turismo industrial e, por fim, o pós-turismo. Quando uma etapa é iniciada não se deve considerar que a anterior terminou de maneira definitiva, pois estas etapas do turismo não se excluem reciprocamente, no tempo, podendo surgir simultaneamente.

Este novo turismo estaria vinculado à aplicação de capital e disponibilidade de tecnologia, minimizando a importância, no turismo, das suas relações com a natureza e as comunidades locais.

Trata-se de um novo caminho, gerado por várias razões, entre as quais se destacam: o desenvolvimento de conhecimento científico e de novas tecnologias, amplas mudanças sociais e culturais, novas formas de controlo do espaço e território, crescimento da pobreza e da violência, os problemas ambientais e o medo de contrair doenças. Este tipo de turismo, assim como a maioria dos outros, nasce nos países mais desenvolvidos, globaliza-se, alcançando países subdesenvolvidos, mas, para estes últimos, são necessários recursos para aceder à tecnologia que viabilizaria atrativos pós-turísticos. Para Molina (2003), os lugares dos pós-turismo são os parques temáticos, em que a tecnologia manipula o real e traz ao quotidiano das pessoas o sabor lúdico, que substitui a consciência da práxis social pelo imaginário metafísico do impossível, materializado pela fuga do mundo dos mortais para o patamar dos super-heróis.

---

O pós-modernismo rejeita as visões de igualdade e de emancipação humana, numa visão de totalidade, enfatizando a diferença, as identidades e as particularidades, como sexo, raça, etnia e sexualidade.

(Filho J. 2010, *Bases teóricas do termo pós-turismo em Sérgio Molina* in “Anais do VI Seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul”

[http://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur%20/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_6/gt09/arquivos/09/Bases%20teoricas%20do%20termo%20pos-turismo%20em%20sergio%20molina.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/gt09/arquivos/09/Bases%20teoricas%20do%20termo%20pos-turismo%20em%20sergio%20molina.pdf), último acesso 15.05.2016).

<sup>46</sup> «A chegada da pós- modernidade ligava-se ao surgimento de uma sociedade pós-industrial – teorizada por Daniel Bell e Alan Touraine – na qual o conhecimento tornara-se a principal força económica de produção numa corrente desviada dos Estados nacionais, embora ao mesmo tempo tendo perdido suas legitimações tradicionais. Porque, se a sociedade era agora melhor concebida, não como todo o orgânico nem como um campo de conflito dualista (Persons ou Marx), mas como uma rede de comunicações linguísticas, a própria linguagem – “todo o vínculo social” – compunha-se de uma multiplicidade de jogos diferentes, cujas as regras não se podem medir, e inter-relações agonísticas. Nesse condições, a ciência virou apenas um jogo de linguagem» (Anderson P., 1999, *As Origens da pós-modernidade*. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, p.32).

Esse apego ao mundo do irracionalismo reflete a negação e desprezo para com a razão e a História. No Quadro 10 encontra-se um resumo final das fases de desenvolvimento do turismo.

PERÍODO	FASE TURÍSTICA	ATIVIDADES
Desde a Antiguidade, até o séc. XVIII	PROTOTURISMO	As viagens da Antiguidade, o <i>otium</i> na época romana, as peregrinações da Era Medieval, as viagens das descobertas geográficas, as férias no campo a partir do período da Renascença, o Grand Tour. Viaja apenas uma pequena elite aristocrática.
Desde o séc. XVIII, até 1950	TURISMO MODERNO	A descoberta dos banhos de mar, o turismo termal, o turismo climático, o turismo de montanha. Ao lado dos aristocratas, o fenómeno inclui a burguesia. Organizam-se os estabelecimentos hoteleiros. Aparece o turismo social.
Desde 1950, até 1990	TURISMO EM MASSA	Fase de forte expansão do turismo, o turismo balnear, os 4 S, o fenómeno das casas de férias. Fase de democratização.
Desde o 1990, até hoje	TURISMO GLOBAL	O turismo estende-se a nível global, quer do ponto de vista dos países emissores de fluxos turísticos, quer do ponto de vista dos destinos, também em lugares como a Antártida e os desertos. Férias sempre mais curtas, mas mais frequentes ao longo do ano. O surgir de nichos turísticos.
XXI séc.	PÓS-TURISMO	O pós-turismo, fruto de uma sociedade pós-modernista, baseia-se no uso da tecnologia.

Fonte: elaborado pelo autor

Quadro 10 - As fases evolutivas do turismo.

### II.1.3 Os tipos de turismo

Existem várias tipologias de turismo, diferenciadas através de um determinado critério de classificação. Os diferentes tipos de turismo são distinguidos com base:

- nas motivações que caracterizam os impulsos que levam as pessoas a viajar. Portanto, a procura de uma relação mais próxima com a natureza (turismo de natureza, montanha, rural, etc.), com a água (turismo balnear, turismo termal), com os bens culturais (turismo cultural), com os lugares de culto (turismo religioso), com a comida tradicional (turismo gastronómico) ou, ainda, o acompanhamento de eventos desportivos (turismo desportivo);
- nas caraterísticas temporais, ou seja, a duração e o período do ano e da semana em que se desenvolve a atividade turística. É, assim, possível distinguir o turismo de verão, o turismo de inverno e o dos fins-de-semana (*short break*);
- nas categorias dos sujeitos interessados e dos modos de organização. Tratando-se de jovens, falaremos de turismo juvenil, de turismo para idosos (ou reformados) para os de idade mais avançada, turismo para os deficientes se se tem em conta esta categoria de utentes, ou ainda de turismo gay, se se trata da comunidade LGBT. Quanto ao modo de organização, distingue-se, simplesmente, o turismo individual, que considera o indivíduo singular, do turismo organizado, o qual tem em consideração um grupo de pessoas que viajam;
- na posição geográfica do destino. Considera-se, assim, a posição geográfica em relação aos lugares de irradiação do turismo, diversificando o turismo nacional (ou doméstico) do turismo internacional;
- nos modos de movimentação e nos meios de transporte, podem ser distinguidos a forma de circulação turística e os meios utilizados. Tendo em conta o primeiro aspeto, obtém-se uma diferenciação em, pelo menos, três tipos principais de turismo: terrestre (estrada, autoestrada, ferrovia, hidrovia), marítimo e aéreo. Para o segundo aspeto, existem várias categorias, como o turismo de passeio pedestre, de mota, de bicicleta, de barco, de navio, etc.;

- nas caraterísticas dos alojamentos, os lugares onde o turista pernoita. Existem, assim, o turismo em parques de campismo, em hotéis, em bad & breakfast, em agroturismo, etc.

Infelizmente, nem sempre é possível definir, de maneira correta, a colocação das diferentes tipologias turísticas numa ou noutra categoria. Na realidade, especialmente nos tempos mais recentes, verificou-se a tendência progressiva para uma consolidação de uma ampla gama de segmentos do fenómeno turístico, pelo que a realização de uma viagem a partir do impulso psicológico para fazer turismo já não pode ser associada, de forma significativa, a uma só motivação. A viagem pode, assim, resultar de diferentes propósitos, de uma maneira tão complexa, que se torna difícil individualizar um único destino final ou uma exclusiva modalidade de estada, etc. Em vez de a escolha de umas férias mais sedentárias, existe uma preferência por viajar para lugares diferentes (Martinelli, 2009). Por outras palavras, as motivações podem ser as mais variadas e cruzarem-se no âmbito da mesma viagem (desejo por atividades recreativas, repouso, cura do próprio corpo). As mesmas motivações podem, também, levar à formação do turismo impróprio (de saúde, de negócios, de formação), que pode excluir ou, também, combinar-se com outras formas mais coerentes de atividades turísticas associadas ao *loisir* e ao *amusement* (fuga e diversão).

Estas motivações refletem o paradigma social e cultural do lugar a que pertence o indivíduo; mudam os valores, as sensibilidades, as experiências e, conseqüentemente, muda o comportamento na relação com o outro e com os lugares alheios - que varia entre um comportamento profundamente responsável e respeitoso pelo ambiente e pelo território e uma atitude oposta, direcionada para a procura do puro prazer a qualquer custo, sem preocupação pelo meio. Isto significa que «o prevalecer de um ou de outro motivo é prerrogativa de turistas diferentes, que darão vida a formas de turismo diversificadas na sua duração, períodos e lugares, e procurarão infraestruturas muito variadas em relação ao tipo de serviço pretendido» (Bernardi e Gamberoni, 2004 p. 32).

Ainda que as exigências psicológicas e físicas do turista orientem a escolha do tipo de experiência turística que se deseja realizar, é o conjunto de fatores geográficos, ambientais e antropológicos que incentiva os potenciais turistas a escolher um determinado destino principal para a sua viagem e, ainda mais, é a imagem mental criada do destino, que pode ter origens diversas (cf. parágrafo I.1.5).

Nas últimas décadas, as ICT têm, sensivelmente, influenciado os comportamentos dos utentes, em termos de consumos turísticos e da forma de ocupar o tempo livre em geral.

Estimulam-se as pessoas a ter experiências culturais, acentuando, nos turistas, a percepção da importância e do papel dos bens culturais e ambientais, através de ilustrações que se tornaram instrumentos de representação da informação, capazes de criar uma imagem total do destino e das condições da escolha (Casari, 2008).

#### **I.1.4 O conceito de fluxos turísticos e de destinos turísticos**

O turismo é, também, uma atividade de impacto territorial significativo: implica um uso consistente de recursos económicos fundamentais, como os recursos naturais, o capital, o trabalho, a tecnologia, o empreendedorismo; gera ou contribui para a determinação de modelos de desenvolvimento local e é a causa de imponentes formas de produção, circulação e redistribuição de rendimento e riqueza, entre a população.

O turismo tem, assim, as capacidades de modificar e de causar impacto nos lugares de origem dos fluxos (talvez menos evidentes), através, por exemplo, do descontentamento ou do distanciamento dos residentes, provocando deterioração urbana, como consequência da deslocação para áreas periurbanas ou de forte atracção turística; esta deterioração também pode ocorrer nas áreas de destino, com fenómenos de especulação imobiliária (por exemplo o crescimento exponencial de segundas casas e de instalações recetivas), de poluição (resíduos, poluição sonora, atmosférica e visual) e de superpopulação, a qual produz uma diminuição da qualidade de vida, devido à superação da capacidade de acomodação (Pollice, 2002; cf. parágrafo II.1.6).

Na literatura científica, a mudança de fluxos turísticos, de uma região geradora, para uma região de destino, verifica-se em função de diversos fatores, que são habitualmente divididos entre fatores *push* e fatores *pull*. Estes podem ser ligados a elementos naturais e, como tal, independentes da vontade do homem, ou fruto de escolhas deliberadas (Franch, 2010).

Em síntese, os fatores *push* são as motivações presentes dentro das regiões geradoras de fluxos e incluem todos os elementos que motivam os potenciais turistas a abandonar temporariamente o lugar de residência, à procura de metas turísticas. Estes fatores podem ser divididos em duas categorias:

- caraterísticas internas às regiões geradoras: fatores económicos (ex. a capacidade de despesa), fatores sociais (ex. o grau de instrução, o tipo de sociedade), fatores ambientais (ex. escassez de recursos naturais ou históricos e artísticos, razões climáticas);

- relações entre áreas de emissão e áreas de destino turístico: fatores geográficos (proximidade das áreas), fatores históricos (relações consolidadas na tradição), fatores culturais (similaridade entre as duas culturas, línguas, etc.).<sup>47</sup>

Os fatores *pull*, por sua vez, dizem respeito às qualidades contidas dentro das regiões de destino. Estes induzem à escolha do destino, e, no geral, incluem:

- atrações, das quais fazem parte as naturais (bens ambientais) e as artificiais (bens culturais, etc.). A atração é ligada ao fenómeno do *sight seeing* (Urry, 1995), quando é a imagem do lugar que justifica a viagem;
- acessibilidade, referida nas três dimensões: geográfica (alcance), sociopolítica (facilidade para obter permissões de entrada e possibilidade, por parte dos turistas, para circular livremente) e económica (o preço que os turistas devem pagar para chegar e permanecer no destino turístico);
- informações, receptividade, acolhimento, as quais englobam os meios de informação e os métodos de acolhimento dos hóspedes;
- imagem turística. Os destinos turísticos devem o próprio sucesso à imagem, ou seja, à consideração positiva que os potenciais mercados têm do lugar a ser visitado, das suas características, da sua idoneidade.

Como defende Urry (1995), os lugares visitados são escolhidos porque suscitam uma expectativa de prazer, alimentada através do sonho e da imaginação. São considerados interessantes com a condição de que apresentem elementos de contraste com aqueles habituais, dado que, como já foi referido anteriormente, a experiência turística deve distinguir-se nitidamente do que se refere à experiência da vida quotidiana.

O turismo é, assim, direcionado aos lugares dignos de serem visitados, nos quais o turista percebe, através do seu olhar, imagens, emoções e experiências que constituem as motivações principais da viagem e é um dos elementos fundamentais para a escolha entre os destinos alternativos.

O que determina o incentivo para fazer uma viagem é o que há a ver e quais as experiências a realizar; tudo obviamente organizado segundo o próprio interesse. Assim

---

<sup>47</sup> A indústria turística procura responder, simultaneamente, à carência de segurança e ao desejo de fazer novas experiências, através da capacidade de organizar viagens sempre mais económicas e reforçar o papel do pessoal de contacto e, em alguns casos, realizar instalações de receção como resort, aldeamentos turísticos geridos por pessoal com um nível de serviços próprios das regiões geradoras, definidas por Urry (1995) como «bolhas ambientais».

se entende que o processo de decisão, por parte dos turistas, seja fortemente influenciado pelas imagens dos lugares, mesmo quando esta não chega de uma experiência direta mas, simplesmente, através da fala, da comunicação publicitária, da leitura de revistas especializadas ou de guias turísticos, da exposição de outros meios informativos, como a web ou transmissões televisivas. O turista constrói, assim, na sua imaginação, a viagem em termos simbólicos, antes da partida, deixando à realização a competência de verificar a correspondência entre o desejo e a realidade (Franch, 2010).

Destas considerações emerge o quão importante é, para um destino turístico, intervir num processo de criação e manutenção da própria imagem, gerindo, de forma apropriada, os instrumentos de informação e de comunicação, para criar um círculo proveitoso entre a geração da imagem, necessária para motivar à viagem, e a posterior satisfação das expectativas, através das atividades e das experiências vividas durante as férias. Obviamente, se não existe uma correspondência entre as expectativas do turista e a realidade, a experiência turística irá assumir conotações globais negativas, com grave dano no tempo da imagem turística da localidade.

### **I.1.5 Origem e evolução de um destino turístico**

A partir dos anos noventa, o conceito de destino turístico, mesmo na sua versão inglesa *destination*, era um termo pouco conhecido.

O recente interesse no conceito de destino é indicativo das mudanças profundas que têm afetado o setor do turismo nos últimos anos. A necessidade de definir o que é um destino turístico tem assumido importância no momento em que a escolha do turista assume os caracteres de uma seleção competitiva entre os diversos destinos alternativos, que podem responder às diferentes necessidades e motivações, tendo em conta o custo, o nível e a qualidade dos serviços etc.

Num contexto altamente competitivo, os lugares turísticos devem concretizar um passo evolutivo, assumindo a característica de um produto de mercado, escolhido entre as diferentes opções, tornando-se um destino. O destino, como tal, representa o lugar objetivo da viagem; do ponto de vista económico representa «o produto turístico<sup>48</sup>»

---

<sup>48</sup> Define-se como produto turístico um conjunto integrado (numa perspectiva de cadeia) de componentes tangíveis ou não tangíveis, que incluem: recursos e atrações turísticas, infra-estruturas, facilidades e serviços turísticos, imagens e valores simbólicos e oferecem benefícios que podem ser atrativos para grupos específicos de consumidores, para a satisfação das motivações e das expectativas relacionadas com o seu tempo livre.

(Hawkins D., Lamoureux K., *Tourism Destination Management*)

(Cooper *et al.*, 2007). É um conjunto de serviços que devem satisfazer as exigências do consumidor turista, mas dada à pluralidade das motivações e determinantes que influenciam o processo de decisão dos turistas, qualquer bem ou serviço pode, teoricamente, representar um objeto de interesse turístico. Um mesmo destino pode ser a escolha de diferentes turistas mas, por razões diversas, ou então pelo mesmo turista, em ocasiões diferentes, e, deste modo, mobilizar produtos turísticos diferentes, concluindo que a cada destino pode corresponder mais do que um produto turístico (Tamma, 2000). Há que acrescentar, ainda, que os limites e a identidade de um destino não são inequivocamente determinados, mas dependem de diversos segmentos turísticos e de diferentes ofertas e produtos turísticos organizados (Formato, 2004).

De tudo isto, depreende-se que o lugar se converte num destino turístico quando o mercado o reconhece e adquire uma consciência tal, que determina a origem da procura, também em virtude da capacidade de comunicar os serviços oferecidos.

Como já foi enfatizado eficazmente por Tamma (2002, p. 17), «três são os elementos, ainda que em modos distintos, parecem estar sempre presentes no momento de definição de um destino: a) um espaço geográfico, b) a referência a uma oferta (um produto) e a um mercado (de uns segmentos), c) um agregado de recursos, estruturas, atividades, atores que fornecem a oferta. O destino, assim como emerge dos diversos contributos, parece ser ao mesmo tempo, todas estes aspetos mas nenhuma destas em particular». Expressando, por outros termos, os destinos são, então, uma variedade de produtos, serviços e atrações variavelmente compostos num determinado espaço geográfico, destinados a potenciais turistas.

Deste conjunto, distinguimos os serviços que podem ser proporcionados especificamente para satisfazer as exigências da procura, seja ela turística, ou seja ela local, e que se dividem em (Formato, 2004):

- serviços turísticos de base, ou seja, aqueles que asseguram a fruição dos recursos atrativos que estão na base da viagem;
- serviços turísticos diretos, aqueles serviços necessários para satisfazer outras exigências de tal segmento da procura, mas que possam ser utilizados, também, por outros grupos de visitantes, ou pelos próprios residentes (acessibilidade e mobilidade, receptividade, acolhimento, etc.);



- serviços e atividades de suporte, que compreendem os serviços e atividades que não preveem um contacto direto com os visitantes, mas que são essenciais para assegurar a eficiência e qualidade da cadeia de serviços (atividades de promoção e marketing, incentivos à atividade turística, cursos de formação, etc.);
- as condições do contexto, ou seja, todos aqueles elementos materiais e imateriais próprios do destino, que não fazem parte de maneira direta dos serviços, mas que são essenciais para o bom funcionamento destes (ambiente físico, segurança, contexto sociocultural, assistência sanitária, etc.).

Na fig. 5 há um esquema de síntese.

Os serviços de base e os serviços turísticos diretos conferem identidade ao produto turístico, mas são as condições do contexto, que conferem um enquadramento eficaz para a capacidade de atração e de acolhimento do destino.



Fonte: elaborado pelo autor.

Fig. 5 - Componentes do produto turístico do destino.

Além das qualidades das atrações e dos serviços, o sucesso de um destino turístico encontra-se ligado, também, à mudança da procura, que segue mecanismos variáveis no tempo e no espaço: uma localidade torna-se destino, apenas através da interação com o mercado, posicionando-se dentro das preferências dos turistas, sendo considerado como um lugar no qual estão disponíveis fatores de atracção, capazes de responder, de modo adequado (também sob o perfil económico), às específicas motivações da viagem (Rocca, 2014).

Numerosos são os fatores que podem decretar a afirmação de um destino no mercado turístico. É possível afirmar que estes fatores oscilam entre dois extremos: a estratégia deliberada, através da qual se atraem diversos visitantes, ou o processo espontâneo,

determinado pela chegada de turistas, sempre mais numerosos, atraídos pela qualidade de um território.

A história do turismo moderno fornece algumas indicações sobre as diversas modalidades a partir das quais se desenvolveram importantes destinos turísticos europeus. A título de exemplo, temos a época do Grand Tour (XVII-XVIII séc.), onde a elite europeia escolhia as maiores cidades italianas como destinos finais das suas viagens, sem que houvesse alguma estratégia de atracção precedente, por parte destas localidades. O clima romântico e a abundante presença de recursos artísticos determinaram o surgimento do turismo cultural em Itália.

Numa fase posterior, foram descobertas as localidades menores, eleitas como metas de viagem, conhecidas através das redes sociais e informais, em toda a Europa. As metas culturais do Grand Tour, em Itália, e as primeiras localidades balneares do Mediterrâneo, as localidades alpinas fornecem exemplos concretos do surgimento, no território, de atividades profissionais e de serviços para o turismo, longe de qualquer planeamento elaborado anteriormente. Inicia-se «um percurso que, gradualmente, começa a convencer a sociedade local, descoberta pelos fluxos de comunicação que interessam àquela época, que tinham coisas para valorizar, para vender àqueles estrangeiros tão interessados a visitar esse lugar, ainda que se confrontassem com um longo e perigoso caminho.» (Nocifora, 2001, p. 50).

Se se analisam os vários exemplos de desenvolvimento turístico espontâneo, podem-se individualizar algumas características comuns: primeiro que tudo, encontra-se a presença de atrações artísticas e naturais de grande prestígio no território; em segundo lugar, regista-se um forte interesse naquele local, por parte de grupos específicos, como artistas, intelectuais, românticos, cientistas, aristocratas, talvez também testemunhado por obras literárias e artísticas que celebram aqueles lugares, criando interesse e curiosidade aos outros, ao ponto de incentivá-los a visitar. Em terceiro lugar, trata-se de fluxos turísticos inicialmente bastante limitados, que podem crescer lentamente, sem que isto comporte riscos particulares para as empresas que disponibilizam os serviços.

Diferente é o caso para as situações em que o desenvolvimento turístico representa o fruto de uma atividade planeada, onde, seguramente, os recursos naturais têm um papel marginal, quando comparados com o papel das facilidades primárias e secundárias, como é o caso da Costa Brava, em Espanha, do litoral do Mar Negro, na Roménia e Bulgária, do Algarve, em Portugal, ou do Dubai, no Golfo Pérsico. É redundante defender que a espontaneidade do desenvolvimento turístico seja limitada, ou quase inexistente.

Atualmente, pode-se afirmar que a maioria das políticas turísticas, em vigor, dizem respeito a um novo encorajamento turístico das localidades, já presentes no mercado por diversas décadas, em vez da promoção de novas áreas turísticas.

### **II.1.6 O conceito de branding, marca e imagem turística**

Do ponto de vista do marketing, «a marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou uma combinação destes elementos, que se destinam a identificar os produtos ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores, para diferenciá-los os concorrentes.». (Kotler, 2004, p. 506).

Uma marca é um símbolo complexo, que tem significados diferentes (Caroli, 2006):

1) recorda alguns atributos do produto que é referido, o carácter de distinção e se se traduzem em benefícios percebidos pelos consumidores; 2) comunica o sistema de valores do vendedor e do próprio produto; 3) transmite a personalidade do produto, aproximando-o aos segmentos *target* a que se pretende propor; 4) descreve a essência do produto, em que são sintetizadas as suas características materiais e imateriais, o que se refere aos objetivos mais profundos que o consumidor.

A marca, portanto, tem a função de tornar o produto ou serviço instantaneamente reconhecível pelos consumidores e, assim, um possível objeto de atividades de comunicação.

Comporta, também, uma segunda função complexa, para aumentar o valor do produto ou serviço, percebida pelo mercado.

É possível identificar o valor da marca (*brand equity*), medindo o diferencial positivo de preço que o cliente está disposto a pagar, por um produto distinguido com uma marca específica.

Respeitante a um território, a marca aparece parcialmente semelhante às que se aplicam aos produtos ou serviços, como tratados, brevemente, acima.

Na verdade, é mais parecida com a marca de um grande grupo diversificado, do que de uma linha específica de produtos. Em primeiro lugar, deve-se considerar que o território é um sistema complexo, onde há evidência de elevado número de “ofertas”, extremamente heterogéneas.

A marca do território torna-se uma espécie de “guarda-chuva” que favorece uma certa homogeneização da imagem e algum conteúdo intangível das várias expressões da oferta territorial.

Uma marca territorial pode, portanto, tomar medidas nas seguintes áreas (Franch, 2010):

- 1) a notoriedade do território, que serve como um elemento de reconhecimento sintético, no âmbito das diferentes iniciativas promocionais ou comerciais;
- 2) a imagem do território, transferindo, através dos seus próprios elementos simbólicos particulares, sinais para o mercado, que ajudam a definir a singularidade do território;
- 3) a motivação, induzindo comportamentos e decisões da parte dos *target*.

A realização destes objetivos por uma marca territorial exige uma gestão cuidadosa do processo, tendo em conta o facto de que a marca tem para oferecer um peso simbólico, em condições de solicitar a sua adesão por parte dos consumidores. É por isso que a criação de uma marca territorial não é apenas uma atividade criativa, limitada à implementação inicial, mas exige a ativação de um processo de gestão de marca, que acompanha a difusão e a gestão, ao longo do tempo.

A divulgação e utilização de uma marca territorial depende não só da qualidade intrínseca dos gráficos e do projeto proposto em conjunto, mas também do modo como a marca é produzida, difundida e promovida.

Na fase inicial, como apontado por Baker (2012), a chave para o sucesso de uma marca territorial é reduzida a dois pontos fundamentais: a presença de uma *leadership* forte, que promove o projeto e a participação dos vários atores que trabalham no território. Estes devem compreender os representantes dos comerciantes, empresas, Câmara de Comércio, e as várias organizações que trabalham para a promoção do território.

O autor salienta, também, que, se esta lista pode parecer excessivamente longa, não deve desanimá-lo para a boa continuação do trabalho de branding. Na verdade, se existem algumas categorias excluídas deste processo, estas não compartilham o projeto, sentindo-o como uma decisão tomada por outros.

A marca territorial produz dois tipos de benefícios (Caroli, 2006):

- 1) permite tirar proveito da sinergia entre a oferta do território em conjunto e as ofertas individuais, nele contidas. Esta perspetiva reforça e amplia a visibilidade de tais ofertas, valorizando cada uma delas através do enriquecimento gradual da imagem total do território;
- 2) regulamentação e homogeneização da oferta de padrões de qualidade definidos *ex ante*.

Em face destas vantagens, a adoção de uma marca territorial apresenta algumas desvantagens potenciais.

A primeira advém de um problema clássico da política de marca. A marca territorial representa uma transferência de quaisquer valores negativos de uma oferta territorial e pode passar ao resto do conjunto geográfico, incluindo a marca. Custos e ineficiências relacionadas com o risco não bom uso da marca.

Não é fácil elaborar um modelo de uma marca territorial de gestão e controlo, sem ter em conta os riscos de possíveis atrasos burocráticos.

Posteriormente, será tratado o tema da marca UNESCO e como este último é interpretado como uma marca de qualidade (cf. Capítulo V).

### **II.1.7 O turismo e os impactos nos destinos**

Como todas as atividades humanas, o turismo tem um impacto sobre os espaços físicos e antropológicos em que se manifesta: implica um consumo de território, e, como já foi referido, exige estruturas e infraestruturas para o seu funcionamento; obriga ao encontro entre a população e culturas diversas; provoca um usufruto rival dos recursos disponíveis (espaço, trabalho, capital), não só entre os residentes e os visitantes, mas também entre os residentes.

Geralmente, pensa-se que o turismo é sempre sinónimo de desenvolvimento, o que não é totalmente certo, e quando se medem os impactos do turismo, as estatísticas costumam ser a única forma de os medir, realizando-se afirmações sem explicar o modelo interpretativo (Confalonieri, 2008).

Em qualquer modelo de impactos, é preciso ter em conta a referência à metodologia e ao modelo interpretativo seguido (Santana, 1997).

Tudo isto significa realizar análises que permitam a criação de modelos turísticos responsáveis, adaptados a cada contexto e com base em indicadores de carga turística.

Nesta linha, Pearce (1986), no estudo e planificação dos impactos turísticos, afirma ser preciso analisar:

- o contexto de desenvolvimento: meio ambiente, sociedade, cultura, economia.
- o desenvolvimento do turismo, em termos quantitativos e qualitativos;
- como vai desenvolver o turismo (ter uma visão futura do turismo);
- as diferenças entre o passado e o futuro.

Os impactos turísticos são (Formato, 2006):

1. Impactos económicos: Custos e benefícios que resultam do desenvolvimento e uso dos bens e dos serviços turísticos, mais conhecidos a nível nacional e internacional, e menos no nível local e regional. Como destaca Santana (1997), um impacto económico muito importante é o das despesas do turista, que se distribuem geralmente entre alimentação, alojamento, transporte, compras e outras.

Portanto podemos distinguir:

- impactos primários: entrada de divisas estrangeiras;
- impactos secundários: contactos do sistema turístico com outros setores;
- impactos no setor dos serviços: promoção dos investimentos.

Em linhas gerais, podemos afirmar que os efeitos económicos do turismo dependem dos modelos de desenvolvimento adotados. São dois os grandes modelos a considerar: um modelo de economia de “dependência face ao turismo” e um modelo de “economia dual ou poliativa” (Pérez, 2009).

O primeiro é um modelo de "economia de dependência do turismo", onde os residentes locais podem perder o controlo sobre os seus recursos e os ganhos podem conduzir-se para o exterior das comunidades. A dependência do turismo aumenta o subdesenvolvimento estrutural, a inflação, os preços e as finanças, o descontrolo local sobre o turismo (passa para as mãos de capitais estrangeiros), a desarticulação de setores produtivos tradicionais e o aumento do consumismo local. Este modelo tem o risco de uma maior instabilidade e pode suplantir os ganhos de outras atividades tradicionais.

O segundo modelo é o de uma "economia dual ou poliativa", isto é, tenta aumentar as receitas e o crescimento económico, através da procura do equilíbrio entre as atividades turísticas e as atividades produtivas tradicionais. Este modelo económico dual implica um comportamento de adaptação para a economia local, pois evita excessivas dependências face à atividade turística.

Como sublinham algumas autores, é uma forma de imperialismo (Nash, 1992), no sentido em que interesses de sociedades estrangeiras se impõem a uma sociedade alheia. Este fenómeno implica a aceitação da imposição, por parte de alguns setores da população. De facto, neste sentido, em particular nos países em via de desenvolvimento, podemos, com facilidade, verificar estas situações:

- nos países em vias de desenvolvimento a prioridade é satisfazer a procura turística;
- transferência de riqueza dos destinos turísticos para os espaços geradores de turismo. É frequente a propriedade dos hotéis, resorts ou parques de férias, nestes países, pertencer aos geradores de turismo;
- emprego de pessoas de outros locais em postos superiores e diretivos, e imposição de sistemas de trabalho exploradores e neocoloniais.

2) Impactos físicos e ambientais: Alterações espaciais e do meio ambiente. O turismo, como qualquer outra atividade humana, precisa de espaço e recursos naturais. Portanto, estudar os seus efeitos sobre a natureza torna-se básico para perceber os impactos do sistema turístico. Há duas maneiras de interpretar os impactos turísticos sobre o meio ambiente (Santana, 1997):

- positivos: restauração de monumentos, conservação de restos arqueológicos e de recursos naturais.
- negativos: muita gente, massificação, barulho.

Existem, também, vários tipos de relações entre turismo e meio ambiente, claro que depende do tipo de turismo:

- Poucos contactos entre turismo e meio ambiente: O exemplo mais típico são as formas de turismo urbano, especialmente nas situações em que a tecnologia é muito avançada, tais como nas cidades de países emergentes, como Abu Dhabi, ou Dubai.
- Organização, planificação e controlo do meio ambiente e do turismo: no mundo existem muitos bons exemplos sobre o controlo da pressão turística sobre o meio ambiente; o exemplo mais típico são os parques naturais.
- Turismo e meio ambiente em conflito: Muitos espaços e serviços turísticos são construídos para os turistas e, geralmente, a população local utiliza pouco esses espaços, ou seja, existem formas de conflito no uso do solo e dos recursos naturais, entre os objetivos do turismo e os objetivos da população residente. O caso típico são os parques de férias, em África, para turistas europeus e norte-americanos, onde para a população local é proibida de entrar.

Face aos impactos do turismo, no meio ambiente, depois do conceito de “desenvolvimento sustentável”, na década de noventa, tem-se criado o “turismo sustentável” (Confalonieri, 2008).

É um conceito muitas vezes retórico e não isento de polémica, pois o turismo apresenta-se, em muitos casos, como uma atividade predadora e nada respeitadora do meio ambiente.

De facto, muitos investigadores afirmam que o turismo tende a destruir-se, por duas razões: por um lado, deteriora os recursos que constituem a sua atratividade, como resultado da sua exploração para além da sua capacidade de acomodação<sup>49</sup>; por outro, destrói o tecido socio-territorial local, através da difusão dos processos de homogeneização ou, pior, de segregação ou de expulsão das sociedades locais (como veremos no próximo parágrafo).

Assim, a concentração de visitantes ao longo do tempo e do espaço provoca um risco significativo para os recursos mais valiosos, expondo as zonas turísticas ao dilema da escolha entre a plena exploração dos recursos e do seu consumo posterior ou a deterioração, num período de tempo limitado; e a escolha para protegê-los, através de formas de proteção e conservação, limitando o seu uso económico.

Sobre estas considerações pesam as qualidades de não reprodutibilidade e de possível exaustão, que caracterizam inúmeros recursos naturais e culturais afetados pela exploração turística, o que representa um problema que não é ditado somente pelas leis do mercado, como se se tratasse do consumo de um bem ou serviço; o consumo dos recursos não renováveis afeta a possibilidade de as gerações futuras poderem desfrutar da riqueza e dos recursos disponíveis, comprometendo a possibilidade de evolução e desenvolvimento.

O desenvolvimento turístico, devido à sua característica de consumidor de território e de recursos eco-sistémicos não renováveis, não foge a esta lógica. Basta pensar em todas as formas de instalação de estruturas, infraestruturas e serviços de apoio ao turismo que, para além de alterarem irreversivelmente a paisagem e a estrutura urbana, determinam flutuações especulativas nos valores do mercado, desequilibrando o valor do uso e das trocas sedimentadas, ao longo do tempo,

---

49 A capacidade de acomodação ou *Caring Capacity* define-se como a frequência turística que um sistema socioeconómico pode suportar, ao longo de um determinado período, sem que esta provoque modificações irreversíveis ao nível da estrutura económica, social, cultural e ambiental (Confalonieri, 2008).



pelas longas tradições e costumes. Os efeitos do turismo sobre o meio ambiente, encontram-se sintetizados no Quadro 11.

A) Reestruturação física permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Novas urbanizações, portos desportivos, passeios marítimos, movimento de terras agrárias.</li> <li>- Mudanças no habitat, nos valores estéticos, na vida animal e nos solos.</li> <li>- Mudanças no preço do solo.</li> <li>- Mudanças na propriedade dos terrenos: os grandes proprietários não vendem, mas sim os pequenos proprietários.</li> <li>- Trespasse da propriedade para mãos estrangeiras (neocolonização).</li> <li>- Núcleo arqueogénico: turismo localizado numa localidade que se transformará, com o turismo.</li> <li>- Núcleo neogénico: de nova criação para o consumo turístico.</li> </ul>
B) Geração e acréscimo do lixo urbano	- Mudanças na qualidade do ar, da água e do meio ambiente
C) Atividades turísticas e de recreação	- Ex.: todo terreno; erosão, deterioração de praias.
D) Dinâmica de populações	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da densidade populacional.</li> <li>- Deterioração de praias, montanhas, paisagens naturais.</li> <li>- Aumento da procura de recursos (terra, água, energia).</li> <li>- Novas migrações laborais curtas.</li> <li>- Rutura dos laços familiares e da família extensa.</li> <li>- Mais população de facto, do que de direito.</li> </ul>

Fonte: Santana, 1997, p. 87-90.

Quadro 11- Efeitos do turismo sobre o meio natural.

3. Impactos socioculturais: Mudanças na estrutura coletiva e na forma de vida dos residentes, nas áreas de destino, mas também nas relações interpessoais e nos modos de vida dos visitantes.

O turismo permite viajar e participar em culturas alheias à do turista, criando, assim, impactos socioculturais. O turismo reestrutura a sociedade de acolhimento, homogeneizando-a e urbanizando-a.

Entende-se por impactos socioculturais os impactos sobre a população local (residentes habituais e fixos na comunidade), mas também sobre os turistas e a sua sociedade de origem (Pérez, 2009).

Alguns autores, como Santana (1997), distinguem impacto social e impacto cultural do turismo.

O primeiro está ligado às mudanças mais imediatas, que pertencem à esfera da qualidade de vida, nas relações sociais e na adaptação das comunidades de destino ao turismo. O impacto cultural categoriza mudanças mais graduais e processuais, que vão ocorrendo durante o desenvolvimento do turismo, tais como a aculturação turística e as mudanças nas normas culturais, na cultura material e nos padrões culturais.

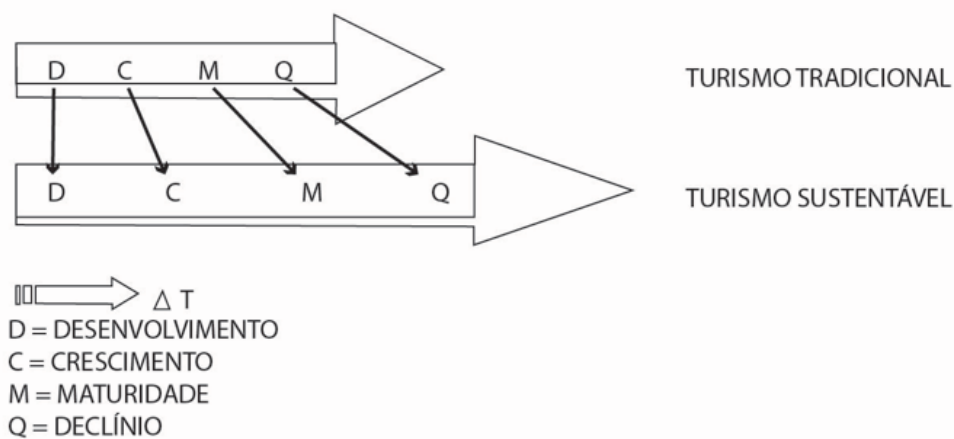
É sobre esta premissa, valorizando os impactos económicos, ambientais e sociais, que se baseia a necessidade de elaborar um novo modelo sustentável para o desenvolvimento turístico, fundamentado no equilíbrio entre o consumo, crescimento e progresso e que apela a uma visão da economia que não está separada das dinâmicas que regulam a disponibilidade dos recursos naturais.

É possível esclarecer melhor este conceito, fazendo referência ao ciclo de vida de uma localidade turística, proposto pelo Butler (cf. parágrafo I.1.8).

Aplicando os princípios da sustentabilidade, dever-se-ia acabar com as mudanças do ciclo de vida, estendendo-o e movendo-o temporalmente. Todavia, a aplicação dos princípios do turismo sustentável apresenta inúmeras dificuldades. Do ponto de vista ambiental, torna-se necessário enfrentar dois aspetos negativos, em forte crescimento. O primeiro tem a ver com o custo energético das deslocações, que é tendencialmente crescente, a par do número de indivíduos envolvidos pois, com a globalização, houve um aumento da distância média entre o lugar de origem e de destino; ao mesmo tempo, a livre concorrência nos transportes evidenciou uma progressiva diminuição dos custos e dos tempos de deslocação, favorecendo o aumento do número de viajantes.

O segundo aspeto, que se relaciona com o impacto ambiental, deriva da congestão e da importação dos modos de vida *environment consuming*, nas áreas de chegada.

De facto, a nível local, a concentração de fluxos turísticos comporta importantes riscos de insustentabilidade, enquanto dá origem a um congestionamento, que é também consequência direta de uma desigual distribuição das atrações turísticas, sejam de origem natural, sejam histórico-artísticas (Fig.6).



Fonte: elaborado pelo autor.

Fig. 6 - Extensão do ciclo de vida de uma localidade turística sustentável.

Por norma, estes espaços são fortemente modificados para satisfazerem as exigências turísticas, procedendo-se à construção de estradas, pontes, aeroportos, hotéis e áreas recreativas, com graves efeitos sobre os recursos ambientais. Considerando o domínio histórico-cultural, é frequente existir uma forte atração de fluxos turísticos pelas cidades históricas, que possuem já múltiplos fatores de congestionamento, agravando ainda mais as suas condições de vida.

É, ainda, necessário considerar que, dentro das políticas de desenvolvimento turístico, as escolhas iniciais têm a tendência de ser confirmadas nas fases posteriores, através do investimento em infraestruturas e em instalações de receção, gerando um efeito cumulativo e multiplicativo da oferta turística do território, onde usufruem de significativas economias de aglomeração (Franch, 2010).

As economias de aglomeração, com o decorrer do tempo, têm tendência a construir, no lugar de vocação turística natural ou histórico-cultural, uma quantidade relevante de procura e oferta de serviços, os quais se alimentam reciprocamente, até um eventual ponto de crise, assim como demonstrado pelos modelos evolutivos do fenómeno turístico, em Miossec e em Bulter.

Compreende-se a necessidade de alcançar um equilíbrio entre a oferta e a procura turística<sup>50</sup>, tendo em conta que o território tanto pode ser interpretado como um espaço socioeconómico - um lugar onde a comunidade residente toma as suas escolhas e molda-o com o fim de obter o próprio sustento, no decorrer do tempo - bem como, um bem

<sup>50</sup> O equilíbrio entre a oferta e a procura turística pode ser analisado recorrendo às curvas dos benefícios marginais líquidos e dos custos marginais externos a uma determinada localidade turística.

público, *Common* (bem comum), que detém os caracteres da indivisibilidade e da acessibilidade não exclusiva, nem excludente.

Em ambos os casos, a territorialidade das áreas turísticas pode entrar em contradição e em conflito com o comportamento dos próprios turistas. Deste modo, tendo como propósito o e evitar o ponto de crise, como exposto anteriormente, torna-se imprescindível a implementação de políticas específicas, que defendam os princípios de sustentabilidade.

É sabido que esta aplicação, já amplamente proposta por varias organizações internacionais, envolve diferentes atores e em particular (Confalonieri, 2008):

- os turistas
- os empreendedores e as empresas do setor
- os organismos públicos responsáveis pelo desenvolvimento territorial
- os ONG
- as comunidades locais

Somente quando existe um comportamento consciente por parte de todos os atores do território é que se considera possível chegar a um desenvolvimento turístico compatível com o meio ambiente e a sustentabilidade.

Claro que todas estas categorias de atores, acima enumeradas, têm diferentes comportamentos e reações.

Os turistas, que são os mais numerosos da lista, terão que adotar estilos de vida, durante as suas estadas, conciliáveis com as exigências ambientais, e deverão ser, anteriormente, sensibilizados para a escolha dos destinos de viagem que procuram formas de turismo responsável e sustentável.

As empresas turísticas (alojamento, transportes, de mediação), por sua vez, terão que considerar, nas suas estratégias económicas futuras, os efeitos negativos manifestados não só no ambiente natural<sup>51</sup>, mas também no social e económico; distinguindo, entre as práticas ambientais, o alcance de benefícios tangíveis e intangíveis. Os primeiros referem-se à redução dos custos, em virtude de uma utilização mais eficaz dos recursos, enquanto os segundos incluem todos aqueles aspetos positivos, como: a melhoria da imagem da empresa, o aumento do consenso entre a comunidade local, as menores despesas imediatas ou potenciais, relacionadas com as multas, em caso de poluição do local.

---

<sup>51</sup> Neste sentido poderia ser útil munir as várias empresas turísticas com Sistemas de Gestão Ambiental (EMAS o ISO 14001).

Uma estratégia diferente foi assumida pelos organismos, públicos ou privados, responsáveis pelo desenvolvimento do território, os quais, inclusivamente, terão que avaliar os impactos das iniciativas turísticas do ponto de vista dos tempos, mais ou menos longos, para a implementação do projeto e das suas implicações económico-sociais e culturais. Portanto, o turismo sustentável fundamenta as suas raízes num melhoramento qualitativo, em vez de um acréscimo quantitativo.

Em conclusão, podem-se conceber dois argumentos contraditórios. O primeiro, defende que o turismo de massa tem mostrado o seu desgaste, tanto nos lugares naturais, como nas *ciudades do património*, e, por isso, tende a produzir decepções em relação às expectativas, favorecendo os turistas com maior poder de compra, em prejuízo do aproveitamento dos recursos que os excursionistas consomem desenfreadamente; o segundo, defende que um ambiente com valor pode trazer felicidade através da sua simples contemplação ou, no máximo, por meio da única certeza da sua existência, através do valor intrínseco que lhe atribuímos, independentemente do uso direto que podemos fazer.

### **II.1.8 A evolução dos estudos sobre a relação entre turismo e território: o papel da geografia do turismo**

Como se sabe, a Geografia começa a organizar-se, como ciência, a partir da segunda metade do século XIX, numa altura em que o turismo estava numa fase embrionária. Como tal, esta disciplina constituía uma atividade humana capaz de induzir apenas alterações territoriais limitadas, como a recuperação agrícola, ou os processos de industrialização e a consequente urbanização.

É, então, possível afirmar que as razões do tardio interesse no turismo, por parte da Geografia, são essencialmente duas: a) o atraso do turismo no alcance de valores consistentes, capazes de produzir alterações pervasivas no ambiente; b) a escassez de dados científicos nas primeiras fases de arranque da atividade (Gomez, 1988). O interesse dos geógrafos para as questões do turismo data na metade do séc. XIX, precisamente quando Khol publicou, em 1841, um estudo que chama a atenção sobre as capacidades de transformação do ambiente, por parte de grupos de pessoas que se deslocam para fins recreativos e quando, alguns anos mais tarde, Elisée Reclus chamou a atenção sobre a importância do crescente fenómeno turístico, a nível mundial (Simões, 2011).

Na Itália, por volta dos anos vinte, surgem os primeiros estudos de Geografia relacionados com as temáticas do turismo e, entre estes, destaca-se o estudo sobre o Val Gardena, conduzido por Carlo Viesi, em 1926 (Scaramellini, 2007). O primeiro trabalho de geografia do turismo, realizado com o método científico, foi o de Umberto Toschi, intitulado "Taormina centro da economia turística" (Rocca, 2014), e como o título sugere, os primeiros estudos sobre o turismo são considerados dentro do contexto mais amplo da geografia económica, dado que o aspeto da mobilidade espacial de pessoas e dinheiro, pelo menos nesta primeira fase, constituía a parte mais evidente<sup>52</sup>. Só a partir do segundo pós-guerra, em conjunto com a propagação exponencial do turismo a nível mundial, a disciplina foi caracterizada por extensos estudos e pesquisas interessantes. Em Portugal, devem ser referidos os estudos pioneiros de Carminda Cavaco, nos anos 60, a quem nos referiremos adiante, ela própria uma geógrafa natural do Algarve, região bem conhecida pela atividade turística, então emergente.

Os estudos sobre o turismo são caracterizados por uma abordagem interdisciplinar que interpreta o fenómeno do turismo não só do ponto de vista económico, mas também como comportamento social e como oportunidade de intercâmbio cultural (Smith, 1996) (cf. parágrafo 1.1.1). Os argumentos abordados, segundo Pearce (1987), podem ser agrupados quanto à distribuição espacial da procura e da oferta turística:

- a análise das movimentações e dos fluxos turísticos;
- a determinação dos modelos de desenvolvimento do espaço turístico;
- a avaliação dos impactos ambientais do turismo.

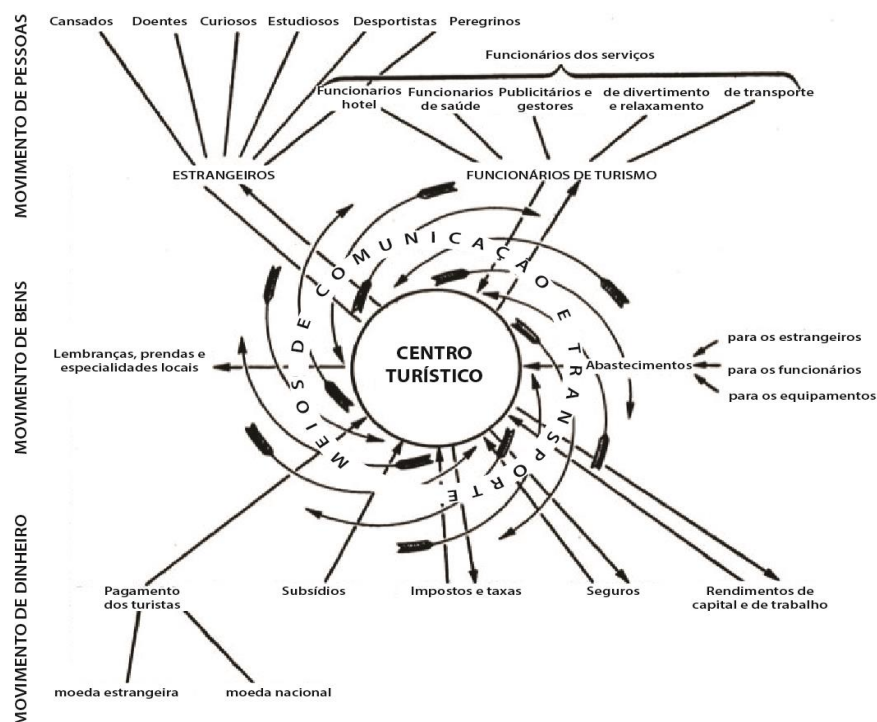
Mais recentemente, com o avanço desses estudos, surgiram novas dificuldades para descrever uma atividade que já tinha atingido uma dimensão global, tais como a limitação dos indicadores para descrever o enorme impacto do turismo e a elevada fragmentação dos atores envolvidos. Do ponto de vista evolutivo, é possível distinguir quatro estágios de evolução da disciplina (Scaramellini, 2007):

**a) Definição dos fundamentos teóricos e metodológicos com bases positivistas (1948-1965).** Durante esta primeira fase, Toschi ainda publica o "modelo geral do centro turístico", onde o local recetivo de turismo aparece como

---

<sup>52</sup> A afirmação do funcionalismo em Geografia e, portanto, de uma conceção de espaço geográfico entendido não somente em termos «absolutos», mas também «relativos», abriu caminho aos estudos baseados nas relações horizontais que caracterizam um território. De facto, se a primeira categoria de espaço geográfico, de tipo absoluto, se refere ao espaço entendido em termos topográficos e, portanto, num conjunto de lugares definidos por coordenadas geográficas, imutáveis no tempo; a segunda categoria, introduzida por Clozier, nos anos trinta, considera, por sua vez, os lugares que pertencem ao espaço geográfico tendo em conta as "funções" de mais variada natureza (económica, política, social, etc.), que podem ser realizadas neles e que, como demonstrado pela história, podem variar ao longo do tempo. É neste contexto que se inserem os primeiros estudos da geografia do turismo (Rocca, 2014).

um papel territorial apto para agir como motor de desenvolvimento para o território, capaz de dar origem a movimentações de pessoas, bens e dinheiro. Estas movimentações podem ocorrer de forma unívoca, como os pagamentos dos turistas, ou subsídios públicos em favor do centro turístico; ou de forma biunívoca, como os fluxos por motivos de negócio, o pagamento de impostos etc. Enfim, podemos distinguir movimentações internas ao sistema territorial, como a troca de bens produzidos dentro da região à qual pertence ao centro turístico considerado; ou, de forma externa ao sistema analisado, como é o caso dos fluxos de turistas ou de trabalhadores que veem das regiões externas ao lugar turístico (Rocca, 2014). O modelo proposto por Toschi, em grande parte, ainda é válido, embora faltem, claramente, as formas de turismo que se desenvolveram mais tarde, como o ecoturismo, o turismo de negócios, o turismo de congressos, etc. (Fig. 7).



Fonte: Rapporto della Società Geografica Italiana, 2008, p. 10.

Fig. 7- Modelo de circulação turística de Umberto Toschi (1948).

Considerando este período, vale a pena mencionar a publicação de Ullmann (1954), que se dedica às correlações entre o fenómeno turístico (definido como atividade recreativa) e o desenvolvimento regional<sup>53</sup>; e o trabalho de Christaller

<sup>53</sup> Ullmann E.L. (1954) *Amenities as a factor in regional growth* in "The Geographical Review" n. 1 pp. 119-132.

(1955), autor de um artigo sobre a "geografia do movimento de estrangeiros"<sup>54</sup>, que analisa as várias maneiras de localização das atividades turísticas e elabora, por fim, uma classificação das localidades turísticas, em função dos fluxos turísticos. A geografia do turismo começa a assumir uma autonomia no que diz respeito à geografia económica, transformando-se, assim, gradualmente, num ramo da investigação dentro da própria geografia humana. A partir deste momento, o objeto de estudo geográfico relacionado com o turismo não se limita apenas aos aspetos, embora fundamentais, de localização e de interação espacial, mas estende-se até à análise do impacto, ou seja, às transformações positivas e negativas que o turismo pode causar na paisagem, produzindo novas formas urbanas.

**b) Expansão das temáticas e das metodologias alargadas (1965-1975).**

Durante esta década, aparecem muitos estudos e pesquisas que realçam, além da estreita relação de causa e efeito entre urbanismo e turismo, os numerosos danos ambientais produzidos pelo turismo em massa, gerados pela satisfação de necessidades psicológicas e culturais da sociedade da época.

O desenvolvimento turístico está, neste momento, intimamente ligado à presença de confortáveis e rápidas vias de comunicação, florescendo numa mudança, do ponto de vista urbanístico, nos destinos de férias mais populares, transformando-os em cidades com maior geração de fluxos turísticos. Os historiadores do turismo distinguem este período como a fase mais madura do turismo em massa (Berrino, 2011); amplos espaços costeiros e vastas áreas de montanha são, assim, atacadas pela construção, principalmente de "segundas casas". O fenómeno, caracterizado pela criação destas localidades sazonais, especialmente pelas de tipo balnear, é qualificado como "marbellizzazione", em homenagem ao famoso resort balnear espanhol que, como tantos outros na costa mediterrânea, consumiu, exacerbadamente, um alto número de espaço e recursos, modificando completamente o ambiente e a paisagem existente (Lozato-Giotard, 2002). Recentemente, alguns autores optam por se concentrar menos nos aspetos negativos que se encontram nas estadas de férias - em localidades (geralmente de pequena extensão) onde a presença excessiva de turistas conduz à perda da sua essência e autenticidade – enfatizando, por sua vez, o enorme crescimento das cidades e a homogeneização da sua aparência (mais sentida nos locais turísticos) - que toma o nome de *síndrome de Trude*. É

---

<sup>54</sup> Christaller W. (1955) *Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs* in "Erdkunde" IX n. 1 pp. 1-19.



assim que o sociólogo Leoni (2004, p. 29), que descreveu este fenómeno pela primeira vez, o relata : «A doença expressa-se na mercantilização das relações, na posta em venda de todos os recursos disponíveis, desde os ambientais até os culturais, humanos e sociais, na standardização e homogeneização dos lugares, dos gostos e sabores, das emoções e das experiências. A síndrome de Trude é o paradigma das contradições do turismo contemporâneo, sendo uma oportunidade para a reflexão sobre a crise da cidade»<sup>55</sup>.

Normalmente, este fenómeno tem sido particularmente agressivo nos países mediterrâneos, onde a falta de normas ou de planeamento urbano, juntamente com a presença de um poder local com pouca visão estratégica, deu início a uma mudança que não só afetou fortemente o ambiente físico, mas também criou um impacto sobre a regulamentação dos serviços essenciais, tais como a gestão de resíduos, o consumo dos recursos hídricos, o tecido económico e social; «no mundo inteiro, litorais anteriormente utilizados para outros fins, se tornam preciosas terras para praias turísticas, o mercado imobiliário transforma a inteira configuração social das pequenas e médias cidades, marginalizando frequentemente os residentes em subúrbios ou colonizando com o objetivo de um maior interesse turístico» (Minca, 2011, p. 78).

Desta forma, tais âmbitos territoriais assumem uma nova ordem territorial, onde cada atividade económica está orientada para o desenvolvimento do turismo.

Dentro dos estudos geográficos que descrevem esta fase, consolida-se o conceito de "região turística", ou seja, uma região funcional particular, formada por «espaços caracterizados pelo peso e pelo impacto da afluência de turistas em vários municípios mais ou menos próximos, pertencentes à mesma área geográfica» (Lozato-Giotard, 2002 p. 22), e é sobre este tema que começam a florescer interessantes estudos na Europa Ocidental.

Com efeito, a partir da fase do turismo em massa (cf. parágrafo I.1.2), as transformações sobre o território, resultantes do turismo, começaram a ser particularmente significativas, tanto é que, neste período, se iniciaram os primeiros estudos sobre a classificação dos espaços turísticos (cf. parágrafo I.1.7). Estes estudos foram elaborados, primeiramente, por Fernández Fuster

---

<sup>55</sup> A referência é o famoso livro de Italo Calvino, *Cidades invisíveis*, onde a cidade de Trude é uma cidade igual a muitas outras cidades do mundo: «podes retomar o teu voo sempre que quiseres, disseram-me eles, mas chegaras a outra Trude, igual ponto por ponto, o mundo é coberto por uma única Trude, que não começa e não termina, apenas muda o nome no aeroporto» (1972, p. 61).

(1991) e Pearce (1995), mas é só com Lozato-Giotard (2002) que o argumento encontrou uma nova visão pluridisciplinar. O autor analisa a forma espacial dos estabelecimentos turísticos, em relação com o ambiente natural e humano, considerando apenas as variáveis geográficas, como a presença espacial do turismo (intensidade dos fluxos e subdivisão do espaço com as outras atividades económicas). Com esta ideia, é possível distinguir os espaços em três categorias (Simões, 2009):

- espaços turísticos polivalentes e abertos: a) os tipos balneares e lacustres; b) os tipos urbanos não balneares; c) os tipos rururbanos;
- espaços turísticos especializados e mais ou menos abertos: a) os tipos abertos; b) os tipos enclave;
- espaços turísticos regionais: a) espaços turísticos regionais fortemente polarizados; b) espaços turísticos regionais pouco ou não polarizados; c) os espaços de periferia turística.

Concentrando a atenção unicamente nas cidades turísticas pequenas e médias (cf. parágrafo VI.1), estas correspondem a espaços polarizados, onde os fluxos turísticos se concentram essencialmente dentro ou na proximidade do centro citadino, onde estão contidas a maior parte das riquezas de origem histórica, o que explica o carácter unipolar e mononuclear deste tipo de cidade turística (Fig. 8).

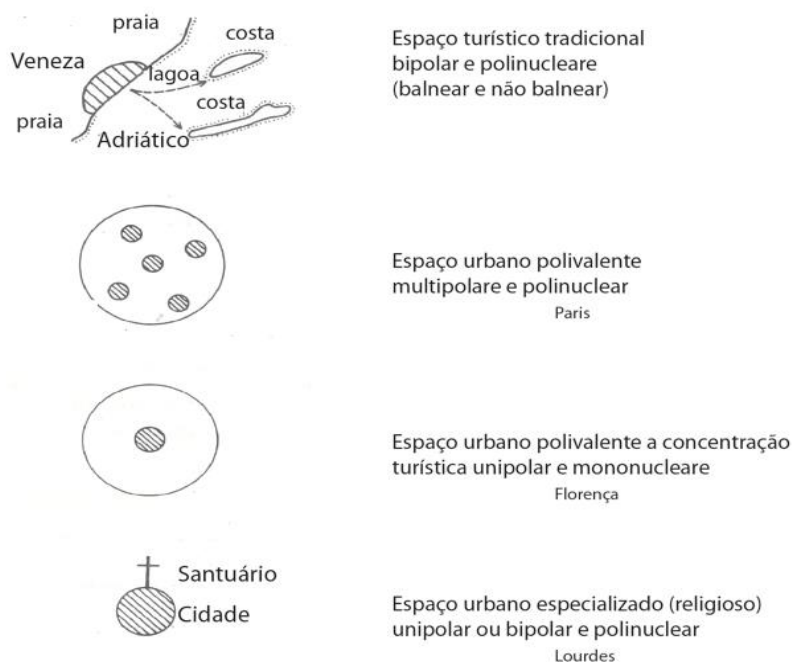


Fig. 8 - Tipos de estruturas de espaços urbanos turísticos.

Na Itália daqueles anos, emerge a análise exaustiva, realizada por Giacomo Corna Pellegrini sobre os *Lidi Ferraresi*<sup>56</sup>, onde, num contexto completamente desabitado, ao longo da faixa costeira, foi construído um grande número de estruturas residenciais (principalmente segundas casas) e lúdicas, e que mostram sinais materiais particularmente relevantes, determinados pelo fenómeno do turismo. Da mesma forma, em Portugal, relata-se o estudo feito por Carminda Cavaco, antes mencionada, sobre o Algarve<sup>57</sup>, que, mesmo naquela época, chegou a afirmar-se como uma importante área turística.

Apesar do tom de queixa, devido à agressão do meio ambiente e à especulação fundiária, a publicação saiu incólume de censura estatal (trata-se do período mais suave da ditadura, o da "Primavera Marcelista"). A análise centrou-se, principalmente, no centro de Albufeira, hoje estância balnear muito conhecida, que, naqueles anos, se transformou de uma simples vila de pescadores, a uma cidade de férias na praia, assim como tantas outras. Entre outras referências, o texto diz: «Setores de areais foram urbanizados, a costa mudou de feição, bem como a fisionomia da velha e densa rede urbana. Outras paisagens e novos meios sociais a definem, construídos em função dos interesses da economia nacional e das espontâneas iniciativas de particulares, sem subordinação a um plano orgânico de desenvolvimento regional onde coubessem os interesses gerais dos Algarvios» (p. 216).

Contudo, a Geografia portuguesa demorou a ocupar um espaço de relevo no âmbito da investigação em turismo. De facto, na conferência inaugural do 1º Colóquio Internacional de Geografia do Lazer e do Turismo, realizado na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Carminda Cavaco lamentou que «os lazeres e seus territórios não terem merecido ainda atenção suficiente por parte das Ciências Sociais e em particular, por parte da Geografia, não obstante a importância crescente que lhes vem sendo atribuída pela maior parte da população dos países mais desenvolvidos» (Simões, 1996, p. 143).

---

<sup>56</sup> Corna Pellegrini G. (1968) *Studi e ricerche sulla regione turistica. I Lidi Ferraresi*. Vita e Pensiero, Milano.

<sup>57</sup> Cavaco C. (1968) *Geografia e turismo no Algarve. Aspectos contemporâneos*. Finiserra, Vol. IV, n. 8, pp. 216-272.

Como sublinha Simões (2009, p. 48), os estudos de Cavaco foram fundamentais «no desenvolvimento e consolidação da investigação e do ensino da Geografia do Turismo na universidade portuguesa».

**c) Conflito entre duas linhas de pensamento opostas (1975-1995).** Em meados dos anos setenta, a geografia humana foi dominada por duas linhas de pensamento opostas: de um lado, estava aquela ligada à evolução neopositivista, que tinha introduzido, na Geografia, elaborados esquemas conceptuais, focados na construção de modelos de orientação sistémica, mas sempre baseados na análise de factos objetivos; por outro lado, registou-se o início de um novo pensamento, mais relacionado com a esfera da perceção e do comportamento.

A primeira perspetiva de elaboração de modelos geográficos<sup>58</sup> representou, para a geografia do turismo, uma contribuição científica de grande importância para a compreensão e descodificação de uma atividade económica que tinha alcançado, naquele preciso momento, uma forte capacidade de transformação do território.

No entanto, deve, também, ser considerado que a contribuição científica oferecida pelos temas da geografia da perceção foi significativa para o estudo e a formação de alguns modelos interpretativos do fenómeno turístico, como por exemplo o de Miossec, assim como será analisado em seguida.

Dependendo do aspeto examinado, podem distinguir-se os seguintes modelos de turismo:

- Modelos de mobilidade turística (ex. Toschi, Leimgruber, Mariot, Campbell);
- Modelos de origem-destino (ex. Thurot, Lungren);
- Modelos evolutivos do fenómeno turístico (ex. Butler, Plog Miossec)

De seguida, com o intuito de simplificar a discussão, apresentar-se-á apenas um exemplo para cada grupo destes modelos.

---

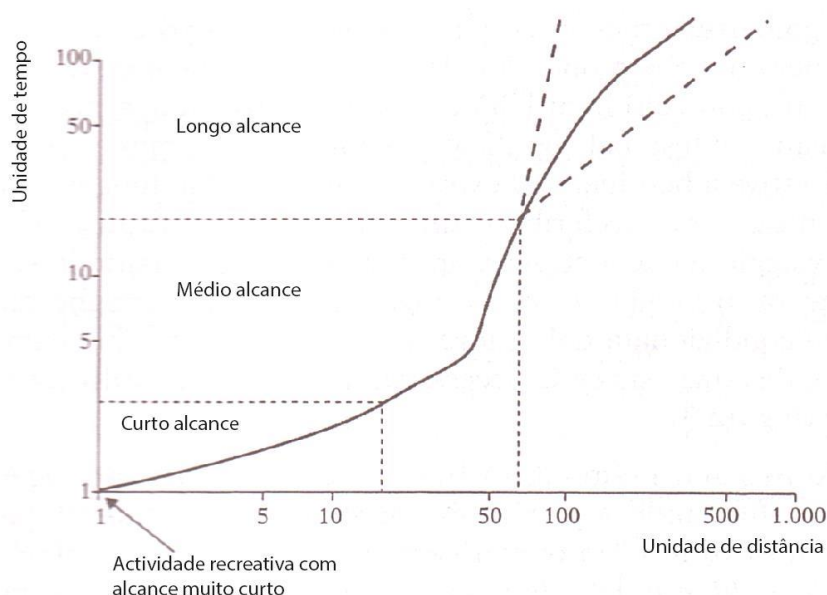
<sup>58</sup> Tanto a geografia como a economia reduziram os complexos detalhes em que se articula o território (sistema económico, sistema do edificado, sistema das relações, etc.) e as suas características essenciais, através das quais é possível entender as dinâmicas escondidas atrás de um sistema organizacional (produtivo ou habitacional). Esta operação de simplificação toma o nome de modelo geográfico-económico (Bencardino F. Presioso M. 2006).

Em 1976, Walter Leimgruber, geógrafo suíço da Universidade de Fribourg, publicou um artigo em que propôs um dos primeiros modelos gerais sobre a dinâmica espaço-tempo das atividades ligadas ao tempo livre, relativas ao *loisir*, ao excursionismo e turismo, no sentido restrito (Rocca, 2014).

A análise é baseada na observação direta da realidade social nos países nórdicos, nos anos setenta.

Segundo a disponibilidade de percorrer distâncias maiores, de acordo com tempo que se tem à disposição, o autor identifica três tipos de utentes de tempo livre: os "*ricreazionisti*", que se deslocam por períodos muito curtos e estão dispostos a percorrer pequenas distâncias; os "excursionistas", ou seja, aqueles que estão envolvidos em atividades de lazer de médio alcance, com viagens efetuadas sobretudo de carro, e, finalmente, os "turistas", que têm mais tempo livre e estão dispostos a viajar por distâncias mais longas.

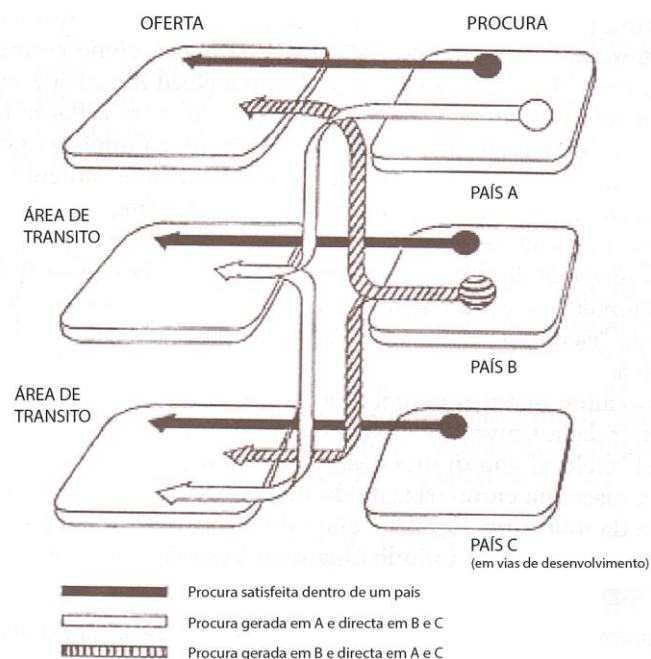
Neste contexto, utilizando um diagrama com escala logarítmica dupla, em que cada unidade de distância é de três quilómetros e cada unidade de tempo equivale a duas horas, os *loisirs* incluem-se nas atividades recreativas dentro de um pequeno raio de alcance, com limite máximo de 50 km, num tempo máximo de 5 horas, e assim sucessivamente, ao longo da escala (Fig. 9).



Fonte: Rocca, 2014, p. 140.

Fig. 9 - Modelo de Leimgruber.

Os modelos de tipo B, origem e destino, baseiam-se no pressuposto de que a maior parte dos espaços turísticos, a diferentes níveis, podem ser considerados áreas de origem e de destino de fluxos de turistas. No ano de 1980, Jean Maurice Thorot publicou um estudo que propõe um modelo geoeconómico relativamente aos fluxos turísticos nacionais e internacionais, interpretados em termos de oferta e procura, com referência ao mercado de turismo mundial. Este mercado é considerado um sistema "aberto" que, por razões de conveniência, se reduz a apenas três países, ainda que o modelo possa ser estendido a um número infinito de economias nacionais (Fig. 10). Para simplificar, pressupõe-se que os países indicados com as letras A e B são uma economia avançada, enquanto o país C é considerado uma economia em vias de desenvolvimento. Parte da procura gerada por B é satisfeita pelas suas estruturas, ao passo que a outra parte está orientada verso as estruturas dos países A e C. O mesmo se aplica ao país A, onde parte residual da procura, não satisfeita pelas suas próprias estruturas, encaminha-se para os países B e C. O país C não origina fluxos internacionais, mas satisfaz a procura dos países A e B.



Fonte Rocca, 2014 p. 135.

Fig. 10 - Modelo de Thurot.

Tal pode depender tanto do nível de vida da população ser manifestamente baixo, como da limitação a nível turístico, imposta pelo sistema político.

Entre os modelos de tipo C, o proposto pelo geógrafo canadiano R. Butteler, intitulado "ciclo de vida de um destino turístico" (Fig. 11), é, provavelmente, o que alcançou maior notoriedade. Baseia-se na definição das diferentes fases evolutivas do nível de procura de um destino turístico, de acordo com uma curva. Distinguem-se, portanto, as seguintes etapas:

- **exploração** - pressupõe que a localidade turística é ocupada por poucos turistas, as instalações são limitadas ou inexistentes, a receptividade é modesta e os retornos económicos do turismo não são significativos;

- **impulsão** - é caracterizada por dois aspetos fundamentais: o primeiro é o aumento significativo do número de turistas e o segundo é o aumento da oferta, ainda que seja limitada, de equipamentos e de serviços turísticos, principalmente oferecidos pelos moradores.

O impacto ambiental é, ainda, reduzido e, geralmente, os moradores apoiam o crescimento turístico;

- **desenvolvimento** - coincide com a ascensão da estância turística. O crescimento acentuado do turismo é confirmado pelos investimentos no setor, por parte de empresas, algumas delas, internacionais.

O território passa por mudanças profundas, tais como a conversão de terras agrícolas em áreas de construção, ou a remoção da flora costeira, em detrimento de praias organizadas. Daqui resulta uma mudança significativa na paisagem original, provocando inquietação na população residente. Do ponto de vista económico, há uma substituição gradual de pequenas atividades económicas locais, para grandes instalações comerciais e alojamento que, geralmente, pertencem a grupos estrangeiros;

- **consolidação** - Esta fase é marcada por um declínio na taxa de crescimento do número de turistas, apesar do aumento das atividades económicas do lugar. Atinge-se o limite de capacidade de acomodação e o turismo típico é em massa. A localidade é caracterizada pelos primeiros conflitos entre moradores e turistas;

- **estagnação** - a capacidade de acomodação é atingida e ultrapassada, chegando ao valor mais alto de estadas turísticas, e, também, ao maior número de equipamentos. Consequentemente, surge o problema de alcançar determinados níveis de emprego que, juntamente com políticas de preços competitivos, reduzem as margens económicas, podendo conduzir a uma situação de crise nos negócios. Inicia a fase de conversão de alguns hotéis em outras atividades, como por exemplo, residências para idosos ou para estudantes;

- **rejuvenescimento ou declínio** - nesta última fase, que pode durar muito tempo, o local pode sair permanentemente do mercado turístico (declínio), ou entrar num processo de renovação.

Os fatores que determinam o declínio são:

- o abandono da local por parte dos turistas habituais, agora insatisfeitos com as atrações presentes e com o concomitante fracasso dos esforços para envolver novos turistas;

- a falta de políticas de oferta adequadas, determinada pela ausência de esforços na revitalização dos destinos, por parte dos sujeitos envolvidos no turismo;

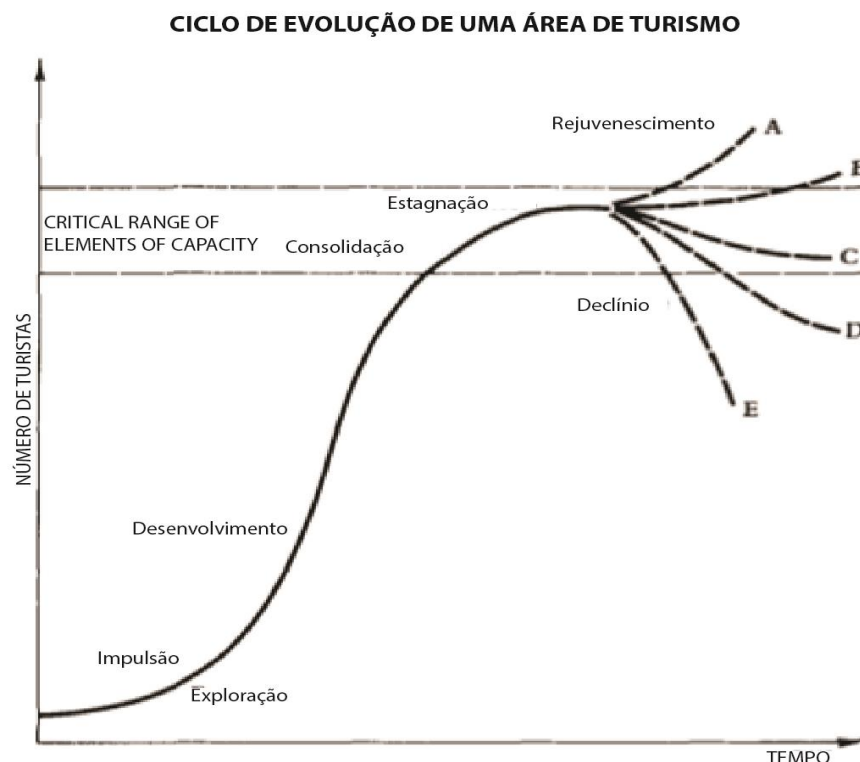
- o aumento de uma atitude hostil, por parte dos residentes, em relação ao turismo e aos turistas - comportamento que ajuda a consolidar a má imagem da localidade;

- a procura de turismo é atraída por novas metas e novas modalidades de consumo.



A fase de renovação, para Butler, consiste na revitalização da oferta turística, através da inclusão de novos produtos turísticos, capazes de intercetar a procura.

Como é perceptível, através de boa parte da literatura científica, existem outras soluções para evitar o declínio, que exigem: a redução do número de turistas, o aumento do nível da capacidade de acomodação, a implementação de programas de educação para moradores e turistas, ou a intervenção para a melhoria das condições do ambiente, através da implementação de incisivas políticas de proteção ambiental - tais como, a promoção da mobilidade sustentável, a limitação de produtos poluentes, etc. Outro aspeto a ter em conta é a velocidade com que se pode chegar à fase de estagnação; com a ascensão do turismo em massa, tal velocidade aumenta significativamente (Confalonieri, 2008).



Fonte: Confalonieri, 2008, p. 20.

Fig. 11- Modelo de Butler.

Desde os anos sessenta, têm-se desenvolvido estudos sobre a orientação da percepção, seguindo alguns critérios propostos por geógrafos anglo-americanos de *Humanistic Geography* e outros diretamente vinculados a uma Geografia da Percepção.

De acordo com estas ideias, em 1975, Armand Frémont publicou um artigo<sup>59</sup> onde definiu o conceito de "espaço subjetivo", ou seja, aquele percebido pela mente do indivíduo, entendido, no sentido mais amplo do termo, como *espaço vivido*<sup>60</sup>. A sua aplicação será estendida, num curto espaço de tempo, à análise do fenómeno turístico, de acordo com o sentimento de empatia que se desenvolve entre o território e aqueles que nele habitam. De resto, o próprio Frémont, alguns anos antes, referindo-se à Normandia, utiliza o conceito de "imagem turística", de "imagem de marca" daquele território francês, considerando qualquer objeto «que caracteriza e torna instantaneamente reconhecível pelo público um lugar ou uma região turística, por meio de alguns elementos tradicionais específicos e identificadores (paisagem, construção típica, costumes, culinária, carácter regional dos habitantes, pessoas ilustres e assim por diante) e que muitas das vezes se manifesta como estereótipo» (Scaramellini, 2007, p. 48). Um dos primeiros geógrafos a constatar esta tendência foi Jean Marie Miossec. Este autor, em 1976, publicou um artigo, no qual propôs um modelo geral da evolução do fenómeno do turismo, baseado na sucessão de cinco fases, classificadas como: "preturística", "pioneira", "da multiplicação dos centros turísticos", "da hierarquia e especialização" e, finalmente, "da saturação" (Fig. 12). Cada fase é analisada à luz de quatro variáveis: duas de tipo "objetivo", referentes aos centros turísticos e às vias de comunicação; e duas de tipo "subjetivo", aludindo à percepção do turismo e ao comportamento dos turistas e dos atores locais, representados pelo governante e pela população local, na região receptiva. Em 1977, Miossec dedicou um interessante artigo sobre os diferentes modos de interpretação do espaço turístico em termos subjetivos, ou seja, a forma pela qual a imagem de um lugar se instala na mente do indivíduo, sendo este afetado pela sua cultura e pelo seu nível de educação, ou por ferramentas externas especiais, entre as quais se destacam os guias, ou a web<sup>61</sup>. Segundo o geógrafo francês, a imagem turística é o resultado da interação de vários fatores, que podem ser divididos entre os de tipo objetivo, como a realidade geográfica, ou os de ordem sociocultural; e os de tipo subjetivo, ou seja, o conjunto de fatores variáveis, percebidos pelo

---

<sup>59</sup> Frémont A. (1976) *La région espace vécu*. PUF Parigi.

<sup>60</sup> O espaço vivido pode ser definido como um conjunto de todos os lugares percebidos pelo indivíduo, sejam conhecidos diretamente, como aqueles do quotidiano, ou ocasionais, sejam conhecidos indiretamente, através dos Média.

<sup>61</sup> Miossec J. M. (1977) *L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme* in *Annales de Géographie* LXXXVI n. 477 pp. 55-70.

indivíduo, com base nas suas motivações ou nas suas necessidades (Fig. 12).

Portanto, pode-se considerar a imagem como:

- imagem global, relacionada com os sentimentos que ligam o Homem ao espaço, numa relação entre o real e o imaginário;
- imagem atual, estritamente ligada à moda, que impõe determinados cânones de beleza e estilos de vida;
- imagem tradicional, entendida como o afirmar-se e o agarrar-se à arte e cultura de uma determinada área geográfica, influenciando os gostos e as escolhas dos mesmos turistas.

#### Desenvolvimento histórico do transporte e do comportamento do turismo



Fases do desenvolvimento do turismo ao longo da área costeira de Southern Nordland, na Noruega:

Fase muito precoce 0 - esta área já era conhecida muito antes da própria Noruega ser uma nação. Contudo, o reconhecimento do território interno ficou dever-se ao turismo praticado à 3 ou 4 séculos atrás.

Fase 1: A venda de peixe e derivados, para a Europa começou dois milénios antes.

Dado que a maior parte da carga (maioritariamente peixe e derivados) era transportada pelos barcos locais para os mercados de Bergen, a área não era conhecida pela maioria estrangeiros - até 850 d. C..

Fase 2: Foi fundada a Noruega, enquanto nação. (850 d. C. - 1200 d.C.)

Existia o sistema de pequenos reinados vikings - que encarregavam-se do comércio da baleia, da pesca e de outros animais - principalmente renas e alces.

Alguns estrangeiros aventureiros fizeram algumas viagens para certas aldeias costeiras e complementarmente estabeleceu-se um governo nacional e religioso. O comércio de peixe continuou a ser a base do mercado.

Fase 3: Transporte de carga e de recreio

O Express costeiro de 1893 foi a conclusão destes sistemas de transporte.

Fase 4a: Pós II Guerra Mundial

Utilização de infraestruturas originalmente construídas para fins militares. Combinação das ferrovias com a primeira rede aérea.

Fase 4b: Viagens de recreio e regionais foram articuladas numa grande variedade de ligações.

Estas fases são comentários do autor, citados no artigo.

Fonte: Peace, 1987, p. 129.

Fig. 12 - Modelo de Miossec.

Torna-se claro que o turismo é fortemente influenciado não tanto no que diz respeito aos lugares "reais", mas sim no que se refere aos contextos "imaginários", evocados ou mesmo criados por anúncios publicitários.

Dentro desta perspectiva, podem, também, ser incluídos alguns estudos dedicados à mudança temporal das representações ou imagens do território, por parte de diversas categorias de visitantes, como os viajantes do *Grand Tour*, os letrados, em geral, os pintores e outras personagens, mobilizando, entre outros, os guias turísticos, importante instrumento de conhecimento, no que concerne à reconstrução espaço-temporal do território.

d) **Aproximação ao pensamento pós-moderno (1995 até o presente).** Em meados dos anos noventa, as referências acima citadas continuam a evoluir, especialmente no campo da geografia da percepção e do comportamento, em relação àquelas que são as tensões culturais que caracterizam a sociedade pós-moderna atual. Com este termo, surgido em âmbito literário<sup>62</sup>, pretende-se indicar uma condição cultural e antropológica que vai além do conceito de modernidade, que marcou quase todo o século XX e cujas características eram a objetividade e a racionalidade, de origem claramente iluminista.

Na sequência do crescente fenómeno da globalização, que atingiu a economia e os estilos de vida, evidencia-se uma homogeneização destes últimos - motivo pelo qual a vida do quotidiano se caracteriza pela agressividade das mensagens publicitárias, pela intromissão da televisão (com a consequente espetacularização da realidade) e pelo fluxo ininterrupto de notícias e informações nas redes informáticas (Lyotard, 1981).

Do ponto de vista turístico, estas novas tensões levam ao nascimento de formas de turismo inovadoras, com base, principalmente, em dois aspetos: na superação da visão das férias só como puro escape dos hábitos e da regularidade da vida quotidiana, em favor de uma experiência turística mais rica e mais envolvente; e na afirmação de uma visão multifacetada do turista, que destaca a diversidade cultural, social e relacional e, portanto, a multiplicidade de experiências solicitadas, no âmbito das férias (Uriely, 1997, 2005).

A primeira dessas mudanças está ligada ao desenvolvimento dos contextos urbanos e da relação entre os residentes e a cidade, ocorrido nos países mais

---

<sup>62</sup> O termo aparece pela primeira vez em 1930, na publicação do espanhol Federico de Onís, *Antologia da poesia espanhola e hispanoamericana*, 1882-1932, em referência à produção cultural nos Estados Unidos.

industrializados, nos últimos anos da década de noventa. De facto, o desenvolvimento do turismo, nos dois últimos séculos, poderia ser descrito como a antítese entre a cidade residencial, voltada para a produção do trabalho, e a cidade de férias, centrada na visão lúdica do espaço. Com o passar do tempo, esta distinção começou a dissolver-se.

A descoberta foi consumada nas cidades norte-americanas, porque estas foram as primeiras a experimentar a passagem de uma economia industrial para uma orientada para os serviços.

Estas cidades investiram, em primeiro lugar, no *place marketing*, que rapidamente se transformou na principal força motriz do desenvolvimento económico urbano: a administração local, de simples gestor de recursos, passou a ter uma conotação quase empresarial, criadora de emprego, de novas imagens e de produtos. Em muitas cidades residenciais, iniciou-se uma gradual recuperação das áreas centrais e das vilas menores, destinadas ao consumo turístico (Selby, 2003).

O segundo elemento pode ser enquadrado na busca por uma maior individualidade nas escolhas turísticas, por parte dos consumidores, levando, assim, à afirmação de tendências orientadas para a procura do bem-estar físico e mental, como a descoberta de sabores, de sensações emotivas envolventes e inéditas, fora de qualquer regime de consumos turísticos de massa habituais.

Esta passagem do turismo de massa para o pós-moderno é caracterizada pela descoberta do território, no seu sentido mais amplo; um território que supera a especialização do produto da Era anterior e se propõe a uma multiplicidade de experiências de turismo.

Nesta nova abordagem, ambiente natural e ambiente sociocultural fundem-se; o espaço torna-se a área onde os turistas escolhem quais os recursos a usufruir.

A cultura e a história convertem-se em possíveis linhas instintivas de produtos turísticos e locais e, também, em termos de promoção, passa-se de uma fase em que o produto principal é publicitado, para uma fase em que o território, em todos os seus aspetos, é submetido ao turista.

Por outras palavras, podemos afirmar que, nesta fase, o turismo é caracterizado pelo interesse nos recursos relacionados com a "esfera horizontal", como os monumentos, as obras de arquitetura, pintura e assim por diante, mas também com os objetos que fazem parte da "esfera vertical" dos lugares, como podem ser os produtos da cultura popular e os eventos étnicos, reduzindo a distância

entre o observador e o objeto contemplado (Urry, 1995).

Dentro da necessidade de escolher, em plena liberdade, o novo turismo busca garantias, que encontra nas marcas de qualidade e na sua certificação o seu ponto de chegada.

Os certificados emitidos pela União Europeia para os produtos típicos DOP (Denominação de Origem Protegida) e IGP (Indicação Geográfica Protegida) muito têm contribuído para a propagação, entre o público, da cultura de certificação e de qualidade.

Estas tensões, de acordo com alguns autores (Minca 1996, 1997), conduzem à consolidação de uma procura turística que cresce em direção a três princípios, que correspondem a outras tantas diretrizes de investigação geográfica:

- a procura das tradições, do autêntico, da nostalgia do passado, conduz a um crescente número de turistas que redescobrem as antigas vilas rurais, os sítios arqueológicos e os monumentos do passado. Isto reverbera-se com a crescente procura nos setores turísticos de nicho, como o turismo enogastronómico, o ecoturismo, o turismo religioso, o turismo de saúde, o turismo cultural;
- por outro lado, a intensificação da procura dos serviços turísticos com elevada prestação tecnológica tem produzido uma procura de espaços sempre mais artificiais, os não lugares (por exemplo os *megamall* e os aldeamentos turísticos), onde a relação Homem-Natureza revela-se totalmente negativa. Neste âmbito, pode inserir-se o turismo urbano;
- a busca de lugares com alto valor simbólico e geo-filosófico.

Neste caso, inserem-se os lugares incluídos nos *Parques Literários*<sup>63</sup>, ou os que foram protagonistas de episódios históricos.

Nos primeiros anos do novo século, alguns investigadores na área do turismo utilizaram uma metodologia de pesquisa que começa a partir da Teoria Geral de Sistemas, de Bertalanffy (1973).

Inicialmente, este modelo sistémico foi concebido pelo biólogo alemão Ludwig von Bertalanffy, partindo do pressuposto que a ciência clássica procurava

---

<sup>63</sup> Os Parques Literários nasceram de uma ideia da Fundação Ippolito Nievo, ideia que foi concretizada na proposta, por obra de organismos locais, de itinerários turísticos traçados através do território, que têm visto a presença física ou interpretativa dos artistas ou letrados. De facto, a expressão Parques Literários indica uma área na qual são definidos e realizados itinerários culturais, através de lugares celebrados por grandes autores e poetas, para que os visitantes possam rever as mesmas experiências e emoções (Pollice, De Iulio et al., 2007).

explicar os fenómenos observáveis, reduzindo-os à interação de unidades elementares investigáveis, independentes umas das outras.

Esta abordagem da Teoria dos Sistemas pressupõe, por conseguinte, que é preciso estudar não somente as partes e processos isoladamente, mas também resolver os decisivos problemas encontrados na organização e na ordem que os unifica, resultante da interação dinâmica das partes.

Por isso, a ciência não se pode limitar apenas ao estudo de sistemas fechados, ou seja, sistemas que são considerados isolados do seu ambiente, mas existem sistemas que, pela sua própria natureza e definição, não são sistemas fechados. Ao contrário dos sistemas fechados, o conceito de sistema aberto pressupõe um conjunto de partes inter-relacionadas que funcionam como um todo, para atender a uma finalidade comum. Um sistema aberto funciona recebendo informações do ambiente externo, transformando-as de alguma maneira e resultando em saídas, devolvidas ao ambiente.

Atendendo a que podemos interpretar o Sistema Turístico como um sistema aberto, é passível analisá-lo segundo a paradigma da Teoria Geral dos Sistemas. Segundo o Panosso Netto (2005), podemos identificar três grupos básicos de investigadores, que procuraram explicar, teoricamente, o turismo:

1. a fase pré-paradigmática, que corresponde aos primeiros estudos teóricos do turismo. Nesta fase, as propostas dos autores apresentam validade, mas não foram capazes de criar uma escola de pensamento em torno das propostas teóricas sugeridas;
2. a fase paradigmática inclui estudos turísticos por meio da difusão, abrangência e utilização da Teoria dos Sistemas Turísticos. Panosso Netto (2005, p. 46) afirma, ainda, que até «o presente momento é a teoria que melhor explica a dinâmica do turismo, apesar de ainda conter elementos que dificultam a compreensão.» ;
3. a fase “Novas Abordagens” agrupa os autores que propõem análises diversificadas e inovadoras do turismo.

Como sublinha Panosso Netto (2005), a publicação do trabalho de Neil Leiper (1979) introduz, com sucesso, a Teoria Sistémica nos estudos turísticos.

O sistema de turismo de Leiper (1979) é constituído por três elementos: 1) turistas: atores do fenómeno turístico; 2) Elementos geográficos: divididos em

região geradora de turistas, região de rota de trânsito de turistas e região de destino de turistas; 3) indústria turística: empresas e organizações que estão envolvidas na oferta de produtos e serviços turísticos.

Na Europa, o italiano Alberto Sessa (1985) foi o principal expoente desta linha de pesquisa. Para este autor, o turismo é considerado como um sistema sócio-económico, fruto de procedimentos lógicos e planeados, estabelecendo, assim, relações entre o sistema, a organização que o determina, e os seus objetivos.

Mais tarde, Boullón (2002) irá ampliar o enfoque dos componentes estruturais do sistema turístico. Para este autor, o turismo é analisado em três modelos: oferta-procura, antropológico social e turismo industrial.

Neste âmbito de pesquisa, destacam-se os estudos de Mário Beni (2005), que propõe uma visão sistémica, composta por três conjuntos: 1 ) as relações ambientais (que inclui o subsistema ecológico, social, económico e cultural); 2) a organização (formada pelos subsistemas superestrutura e infraestrutura); 3) as ações operacionais (dividido em subsistemas mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo).

Alfonso Martínez (2004), por sua vez, sublinha a existência de uma relação biunívoca entre as localidades recetoras e emissoras dos fluxos turísticos, de todos os pontos de vista, incluindo o ético. Sublinha a necessidade de estabelecer uma visão multi e transdisciplinar do sistema turístico, a fim de implementar o processo de sustentabilidade dos destinos turísticos.

Estes estudos, segundo Panosso Netto (2005), apresentam uma fase de transição para “Novas Abordagens do Turismo”.

Ainda conforme Netto, essas novas abordagens englobam reflexões mais sociológicas, fenomenológicas e que, muitas vezes, estão inseridas em discussões mais amplas, como a pós-modernidade e o discurso ecológico.



## II.2 A relação entre turismo e cultura

### II.2.1 Breves notas sobre a origem e evolução do conceito de cultura

Até o final do século XIX, a *cultura*<sup>64</sup> entendia-se como uma condição própria do indivíduo, na sua esfera intelectual e na sua atitude comportamental<sup>65</sup>.

À ideia helénica de *paideia*, que valorizava a pessoa instruída e capaz de estar em sociedade, foi adicionada - durante o período da idade do Iluminismo - a possibilidade de melhorar e aperfeiçoar, por meio do uso da razão, as qualidades intelectuais e morais que o indivíduo possui, por natureza. Assim, a palavra cultura, constituiu um tema de grande debate entre os vários filósofos empenhados em esclarecer e aprofundar a dimensão e o significado deste conceito.

Foi apenas em 1871, com a *Primitive Culture*, de Edward Taylor Brunett, que surgiu o conceito de cultura, entendido num sentido social, isto é «a soma de conhecimentos, de crenças, de artes, de valores morais, de leis, de costumes e de cada manifestação expressa pelo indivíduo enquanto membro de uma sociedade» (Vallega de 2008, p. 244-245).

Conforme reforça Vallega, o aspeto fundamental deste conceito não é tanto a afirmação dos estudos de ciência antropológico-cultural do século XX, mas sim a diferenciação, em duas componentes, do significado “cultura”, no contexto social específico.

A primeira componente refere-se ao conjunto de conhecimentos e de comportamentos sociais, capazes de gerar e caracterizar um organismo social.

Estes, em parte, são organismos tangíveis, como o podem ser os produtos de artesanato e de artes figurativas ou, ainda, elementos privados de tangibilidade, como as leis e o conhecimento, tratando-se sempre de elementos interligados.

Cada um destes depende do comportamento dos outros e, no seu conjunto, dão vida e distinguem um organismo social<sup>66</sup>.

A segunda componente da cultura envolve crenças, valores morais e todas as outras manifestações intelectuais e espirituais da comunidade. Trata-se de elementos não

---

<sup>64</sup> Do latim *cultus* derivado do particípio passado do verbo *colĕre*, cultivar. Tema “*Cultura*” *Enciclopedia Universale Italiana Treccani*.

<sup>65</sup> Do tema “*Cultura*”, na *Enciclopédia Italiana Treccani* lê-se: «o conjunto de cognições intelectuais que uma pessoa adquiriu através do estudo e da experiência, reformulando-as com o intuito de converter simples noções eruditas num elemento constitutivo do seu carácter moral, da sua personalidade e do seu gosto estético».

<sup>66</sup> Vallega salienta que todos os elementos tangíveis e intangíveis podem ser representados em termos racionalistas, de acordo com os quatro preceitos cartesianos: evidência, redução, casualidade, exaustividade, que nos orientam na construção de conhecimento.

tangíveis, sem qualquer materialidade e que variam de indivíduo para indivíduo. No seu conjunto, não constituem uma estrutura, não estão interligados entre si e, por conseguinte, não podem ser representados segundo os preceitos cartesianos.

Apesar da primeira componente constituir um tema de investigação científica muito mais fácil e rico em ideias para um estudo mais aprofundado, durante o século XX, foi a segunda componente que atraiu mais atenção por parte dos investigadores, produzindo teorias originais e interessantes sobre o significado e o uso de símbolos, interpretados como um fenómeno cultural.

Um grande avanço neste domínio deve-se a Raymond Williams (1968), que distingue três abordagens diferentes da compreensão e utilização do conceito de cultura: a perspetiva antropológica, a sociológica e, finalmente, a estética; as três abordagens podem ter implicações específicas no âmbito do turismo.

A perspetiva antropológica considera a cultura como um produto de qualquer atividade humana, o que origina, pelo menos, duas consequências muito interessantes. A primeira, afirma que todas as culturas são iguais em dignidade, não existindo culturas superiores a outras; estabelece-se, assim, o conceito de universalidade da cultura humana e, consequentemente, o respeito pelas diferentes culturas, como base para uma sociedade mais justa (Kuper, 2001). A segunda consequência amplia a base do conceito de cultura, compreendendo todas as manifestações da atividade humana e superando as limitações do âmbito restrito das produções artísticas.

A perspetiva sociológica interpreta a cultura mais como um produto e, portanto, como um consumo de atividades culturais, com a possibilidade de abranger os aspetos económicos, políticos e outros.

Se com a perspetiva antropológica a cultura é o resultado de uma ação coletiva, na perspetiva sociológica acontece exatamente o contrário e a cultura passa a assumir uma conotação de "indústria cultural". Esta visão teve, certamente, uma grande influência por parte das teorias, desenvolvidas durante o século XX, por um grupo ilustre de filósofos, como seria a Escola de Frankfurt<sup>67</sup> e, mais em particular, por parte do pensamento de Max Horkheimer<sup>68</sup> e Theodor W. Adorno<sup>69</sup>, que viam, na cultura industrial, uma forma de predomínio das classes hegemónicas.

---

<sup>67</sup> Curso de Filosofia Social, fundado em Francoforte-Main, em 1923, fechado durante os anos setenta. Desenvolveu teorias de críticas da sociedade contemporânea, com base no modelo técnico-industrial, à luz de uma "sociedade de homens livres". Estas teorias tiveram uma influência considerável nos movimentos juvenis de 68 (*Enciclopedia Universale Italiana Treccani*).

<sup>68</sup> Max Horkheimer (1895-1973), nas suas reflexões, rejeita a setorização da pesquisa sociológica especializada. A sociedade deve ser estudada como um todo, no seu conjunto, como uma entidade única e dinâmica. Esta posição, de inspiração marxista, acrescenta uma nova exigência: a de explicar os

Na perspectiva estética, o conceito de cultura inclui todas as atividades intelectuais e artísticas, como por exemplo a música, a literatura, o teatro, o cinema, supondo um bom nível de educação por parte do sujeito individual. Esta é uma perspectiva elitista, que se tinha estabelecido na Europa, já no século XIX, em forte contraste com as posições expressas na perspectiva antropológica da cultura. Neste contexto, define-se uma oposição nítida entre os conceitos de "alta cultura" e "baixa cultura" ou, melhor ainda, de "cultura de elite" e "cultura de massa".

O primeiro conceito pode compreender tanto fenómenos culturais, não amplamente difusos ou de nicho, como eventos culturais, prerrogativa das classes sociais hegemónicas. Por outro lado, com a expressão "cultura de massa", transposta do termo inglês *popular* (pop) *culture*<sup>70</sup>, considera-se o conjunto de produtos culturais típicos do século XX, transmitidos através dos mass media, como a televisão ou o cinema, que são considerados os elementos distintivos da nossa sociedade contemporânea.

A expansão de interesse, por meio de quaisquer manifestações do conhecimento humano, levou a considerar a cultura como algo específico de cada grupo humano mas, ao mesmo tempo, dotada de um valor universal, abrindo à possibilidade de posteriores reflexões. Isto induziu a que a pesquisa antropológica, nas últimas décadas, movesse o próprio interesse em duas direções:

- a) aos povos não europeus sem uma escrita
- b) às populações rurais europeias escassamente alfabetizadas (cultura camponesa, pastoril, marítima).

Em meados dos anos setenta, quando a UNESCO adotou a convenção para a proteção do património cultural da humanidade<sup>71</sup>, partiu dos conceitos acima expostos, que eram, em síntese, dois modos diferentes de compreender a cultura.

---

fenómenos económicos ligados àqueles culturais, utilizando métodos e ferramentas próprios da pesquisa psicológica.

<sup>69</sup> Theodor W. Adorno (1903-1969). Partindo de posições marxistas e hegelianas, critica fortemente a sociedade burguesa do seu tempo, estigmatizando a desumanização das relações humanas que se reduzem à aparência, guiadas por forças baseadas no consumismo. Neste contexto, a cultura, reduzida a mera "indústria cultural", torna-se um instrumento de domínio e controle sobre as coisas e os homens. (Cf. Adorno T.V. Horkheimer M. (1997) *Dialettica all'Illuminismo* trad. it. a cuidado de Solmi R., Einaudi; Turim).

<sup>70</sup> Na verdade, existe uma ligeira distinção semântica entre os dois termos: a cultura de massa (em Inglês, *mass culture*) - o termo massa refere-se ao modo de transmissão em massa (*mass media*), enquanto, com o termo popular está conotado ao grupo social a que se refere. Cf. Jenkins H. (2007) *Cultura convergente Apogeo*, Milão.

<sup>71</sup> O conceito de «Património da Humanidade» já estava presente no mundo político e cultural em épocas anteriores. De facto, a primeira declaração, em que se identificam monumentos como Património da Humanidade, foi a Conferência de Atenas sobre a Conservação Artística e Histórica dos monumentos de 1931, sob o patrocínio do *Istitut de copèration intelletuelle* da Sociedade das Nações, que pode ser considerada como o antepassado da UNESCO (Choay, 2003).

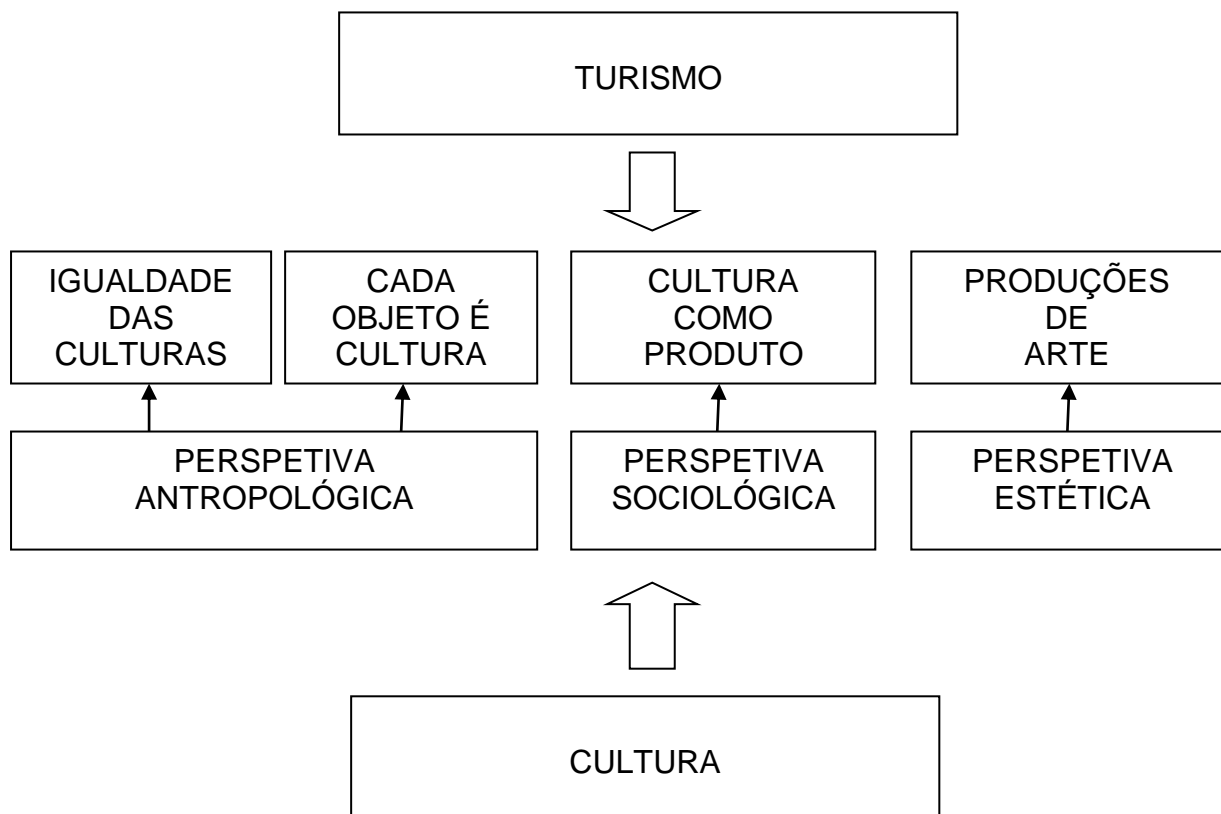
A primeira forma, chamada de pegada "estruturalista", era mais estreitamente amarrada à visão estruturalista da realidade, atribuía atenção à cultura dotada de uma própria visibilidade e representatividade, em termos objetivos.

O segundo modo, que se pode qualificar de "não-estruturalista", concebia a cultura como uma construção de sinais, isto é, a atribuição de símbolos a objetos visíveis e não visíveis.

A partir deste âmbito, a cultura não só entrava no campo de interesse da semiótica, mas tornava-se, inclusivamente, um dos seus pontos fulcrais (Vallega, 2008).

Como já se escreveu anteriormente, os anos setenta representaram a divisão entre o "turismo de massa", com base nos 4 S (*sex, sun, sea, sand*) e o "turismo pós-moderno", caracterizado pelos 4E (*équipement, encadrement, événement, environnement*), onde o elemento distintivo foi o interesse pelos lugares rurais e ricos de cultura identitária: «ao lado do turismo de 4S, mais e mais regista-se dinâmicas turísticas de tipo pós-moderno definidos pelo 4E» (Rapporto della Società Geografica Italiana, 2008, p. 55).

Daqui se deduz que, se qualquer produto do conhecimento humano é um "objeto de cultura" digno de ser visitado e observado, da mesma forma este pode ser considerado um recurso turístico. Isto explica, também, a grande proliferação de museus sobre a vida rural e a vida quotidiana do passado, transformados em lugares de interesse turístico (Fig. 13).



Fonte: elaborado pelo autor.

Fig. 13 - Os três modos de entender a cultura de acordo com Williams (1968) e as implicações do turismo/cultura.

### I.2.2 Do conceito de *cultura* ao de *património cultural* e de *bem cultural*

Se com o conceito de *cultura* se define um complexo de atividades humanas definidas no tempo e no espaço, com o significado de *património cultural* entende-se o objeto tangível ou intangível produzido pela cultura.

Existem diferentes definições de património cultural. Provavelmente aquela mencionada por Lichfield (1999, p. 6) é a mais abrangente e completa: «dentro do património geral artificial pode-se individualizar uma parte que é definida cultural, aquela parte que expressa algum elemento, indefinível, mas reconhecível, que a sociedade atual valoriza de um modo especial e que deseja transmitir à posteridade». É esta parte que é popularmente chamada de património cultural, que se acredita ser a marca da civilização e do povo que a criou, permitindo o progresso da civilização. Nesta definição, entre outras, há duas características importantes, que são próprias do conceito de património cultural.

A primeira diz respeito à utilização do termo *património*<sup>72</sup>, que se refere às estruturas familiares, económicas e jurídicas de uma sociedade estável e, portanto, refere-se ao valor económico (ao seu retorno) e à existência de uma normativa que preveja a sua proteção. Por sua vez, com a atribuição de diferentes adjetivos ao termo *património* (genético, natural, histórico...), pode-se aludir a vários conceitos mais específicos, que pertencem a diferentes saberes. O objetivo do *património*, portanto, é garantir a sobrevivência dos grupos sociais e, também, interligar umas gerações com as outras. Neste sentido, tem-se em conta que o *património*, enquanto legado, pode ser acumulado, perdido ou transformado, de uma geração a outra.

O *património* classificado como *cultural* é, frequentemente, entendido como *heritage*<sup>73</sup> e é interpretado como o uso contemporâneo do passado, com base em interpretações e representações, resultado de análises históricas. Nesta linha, Pèrez (2009, p.142) escreve: «Podemos afirmar que o *património* cultural é uma expressão da cultura dos grupos humanos que recupera memórias, ritualiza sociabilidades, selecciona bens culturais e transmite legados para o futuro».

Assim, como esclarece Choay (1996), o conceito de *património* histórico (no qual se sustenta o cultural) refere-se à acumulação de objetos provenientes do passado, produzidos por todos os conhecimentos e capacidades humanas, ainda que se afaste do conceito de *monumento histórico*, em alguns pontos.

Efetivamente, como lembra a etimologia do vocábulo, o conceito de *monumento*<sup>74</sup> refere-se à memória, ou seja, cada artefacto edificado por uma comunidade, para ser recordado por parte das outras gerações, ou para se recordar de sacrifícios, rituais ou crenças. De acordo com Alois Rigel (1903), o *monumento* distingue-se de *monumento histórico*, dado que o primeiro é uma criação deliberada para tal (*gewollte*), cujo destino foi assumido *a priori* e imediatamente, enquanto o *monumento histórico*, inicialmente, não era propositado, nem criado para tal efeito (*ungewollte*) – contudo, esta conotação só foi reconhecida mais tarde. Daqui deriva que, em sentido lato, cada objeto do passado pode ser considerado como um testemunho histórico, sem que originalmente tenha tido uma conotação comemorativa. Obviamente, com o decorrer do tempo, tanto os monumentos,

---

<sup>72</sup> Do latim *patrimonium*. Derivado de *pater* – *patris*, pai, aqueles complexos de bens herdados do pai.

<sup>73</sup> Da raiz latina (*heredem*, *hereditatem*) chegou ao inglês do francês, com o significado mais amplo de herança, que compreende não só os aspetos materiais, mas também os espirituais. Trata-se, então, do conjunto de bens materiais e imateriais, que um grupo, uma sociedade ou uma nação assume como herança do próprio passado, com o intuito de conservá-los no presente, também como benefício das gerações futuras. Os países de língua românica classificaram “*património*” como um válido equivalente a “*heritage*”, ainda que apresentem tonalidades e significados não completamente equivalentes.

<sup>74</sup> Do latim *monumentum*, derivado do verbo *monere*, advertir, recordar.

como os monumentos históricos tiveram diferentes relações com a memória e, assim sendo, com a sua proteção pelos poderes públicos.

Neste sentido, os monumentos são os mais expostos, onde o descontentamento, o esquecimento ou a destruição intencional podem afetar a sua destruição.

Em relação aos mesmos, evidenciam-se, de uma forma negativa, as diferentes condições ideológicas, sociais ou políticas que levam à destruição do monumento; e de uma forma positiva, talvez a menos explorada, e que é levada a cabo de maneiras diferentes (Choay, 2003).

A primeira reporta-se ao hábito de alguns povos, como o japonês, de replicar periodicamente os templos destruídos, enquanto a segunda refere-se à expansão de todas as ações de ampliação ou embelezamento das precedentes construções, com o fim de enfatizar e aumentar a sua importância. Um exemplo típico é a Basílica de S. Pedro, em Roma; o papa Júlio II demoliu a antiga basílica paleocristã, construída doze séculos antes, para construir uma nova igreja, cuja magnificência e cenografia pudessem recordar o poder da Igreja na época de Constantino<sup>75</sup>.

Por sua vez, no monumento histórico, o vínculo, com o decorrer do tempo, está diretamente ligado à evolução histórica da sua noção e ao conjunto dos saberes que o produziram. Tal ideia é um produto exclusivo da cultura ocidental europeia e aparece, pela primeira vez nos dicionários, só no séc. XIX, precisamente em França, quando o ministro do Interior, Guizot, criou, em 1830, o cargo de “Inspetor dos Monumentos Históricos”. Posteriormente, esta expressão proliferou pelo resto da Europa.

Outra característica que se observa na definição de património cultural, de Lichfield, tem a ver com os critérios que guiam a atribuição de valor cultural a um bem e, neste sentido, é útil clarificar o conceito de *bem cultural*, comparativamente mais restrito do que o de *património cultural*, já amplamente debatido. Por *bem cultural* compreende-se o conjunto de recursos culturais individualizados, com valor económico, com base num conhecimento científico de tipo elitista (Dallari, 1996) (Fig. 14). É claro que este conceito é repetido na legislação nacional.

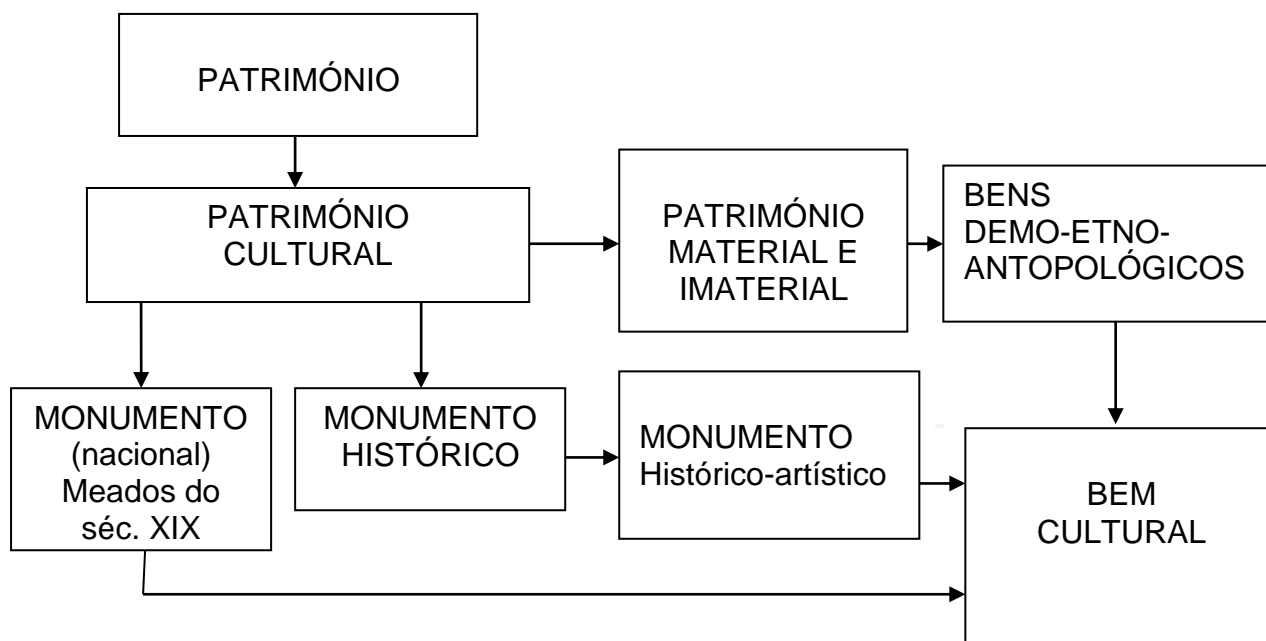
Em Itália, o primeiro documento oficial, onde aparece a expressão *bem cultural*, foi produzido pela *Commissione Parlamentare* de investigação e valorização dos objetos de

---

<sup>75</sup> A construção da Basílica de São Pedro foi iniciada em 23 de abril 1506 pelo Papa Júlio II e concluída em 1526 pelo papa Urbano VII. O edifício foi construído sobre a antiga basílica constantiniana, construído numa área onde ficava o antigo Circo de Nero e uma necrópole, onde a tradição diz que São Pedro foi crucificado. Da antiga basílica paleocristã, são visíveis poucos vestígios, mas o esplendor do edifício é relatado em muitas representações artísticas antigas. (Cf. Benevolo L. (2004) *San Pietro e la città di Roma*, Laterza Roma-Bari).

interesse histórico, arqueológico, artístico e da paisagem, conhecida como “Franceschini”, do nome do seu presidente, instituída com a Lei nº 310, de 26 de abril de 1964; mesmo que tal designação tenha aparecido anteriormente, na *Convenzione dell’Aja*, de 1954, sobre a proteção dos bens culturais em caso de conflito armado. A Comissão Franceschini, além de dar uma definição oficial de bem cultural, recusou a definição de uma lista de bens culturais a proteger, estabelecendo, assim, um conceito ainda válido nos dias de hoje e definindo a variabilidade do conceito de cultura e de bem cultural, em função do tempo.

Em Portugal, com a Lei nº.107/2001, estabelecem-se os critérios de inventário e de classificação de bens culturais: distingue três categorias hierárquicas de bens culturais: os de interesse nacional –o “tesouro nacional”-, os de interesse público e os de interesse municipal. Os bens culturais de “Interesse Nacional” são classificados pelo Estado, através de instituições como o IPPAR (Instituto Português de Património Arquitectónico). Os bens de interesse público e de interesse municipal são classificados, como tal, pelas autarquias. A lei portuguesa distingue “monumento”, de “conjunto” e “sítio”, categorias que recebem uma proteção determinada.



Fonte: elaborado pelo autor.

Fig. 14 - Esquema interpretativo dos conceitos de Património Cultural e Bens Culturais.



Numa primeira fase, entravam na categoria de *bens culturais* apenas as produções artísticas de valor reconhecido: pintura, escultura, edifícios e, só numa fase posterior, como consequência da ampliação do termo de cultura, atribuiu-se, ao conceito de *bem cultural*, um novo e mais lato significado.

Esta nova aceção também considera, como bem cultural, qualquer objeto de uso, que represente um símbolo de uma cultura, passada ou presente, típica de um território, capaz de comunicar uma identidade específica e de resistir às transformações impostas pela tecnologia moderna e pelas culturas alheias (Caldo, 1994).

Há, ainda, que incluir no conjunto de bens culturais, os designados de *não materiais*, como por exemplo o teatro e a música, como consequência de um grande interesse e desenvolvimento das ciências antropológicas, sobretudo nos tempos mais recentes.

Muitos destes, graças aos seus conteúdos universais, representam um verdadeiro e próprio património cultural, fruto do engenho humano e, portanto, merecem proteção e valorização (Bellezza, 1999).

O conjunto deste património cultural, material e imaterial, produzido pela população durante o desenrolar da história e que testemunha um processo evolutivo, é reconhecido como uma categoria precisa: bens demo-etno-antropológicos (Bravo, Tucci, 2006).

Assim, cada povo atribui e reconhece, nestes bens, um valor de exceção, como produto do seu próprio passado, sendo que têm de ser considerados portadores de valores reconhecidos, não só pela comunidade produtora, mas também por todos aqueles capazes de entender a sua importância histórica e artística. A noção de bens demo-etno-antropológicos pode-se definir como *universal*. Ao qualificar um bem como cultural, acarreta consigo a dúvida sobre quais são as suas raízes e qual a memória histórica a que se refere<sup>76</sup>. Assim sendo, e tendo em conta a enormidade de bens culturais que existem, impõe-se a procura de um critério de classificação.

Dentro da literatura, consideram-se pelo menos três diferentes modos de classificar o património cultural (Rocca, 2014). O primeiro, o mais utilizado, distingue os bens culturais nas seguintes categorias: a) arqueológicos e urbanísticos, b) móveis e artísticos, c) de arquivo, bibliográficos e cartográficos, d) etnológicos e tecnológicos, e) paleontológicos, f) antropológicos, g) biológicos e h) paisagísticos.

---

<sup>76</sup> A escolha de que bem tem valor cultural e, como tal, merece ser protegido e transmitido à posteridade, em alguns casos, torna-se subtil e bastante arbitrária. Esta subdivisão é feita pelas gerações seguintes e pode assumir a forma de uma escolha operada por algumas elites ou de uma decisão largamente partilhada, sujeita a diferentes variáveis a partir do conceito de cultura. Esta escolha nunca é definitiva, mas vem sendo revista por cada nova geração (Morelli, 2003).

Um outro critério distingue (Bognetti, Gerelli, 1974): a) as artes visivas (*visual art*), que compreende esculturas, pinturas, arquiteturas, bibliotecas e bens ambientais, b) as artes representativas (*performed arts*), inclusivas de várias formas de espetáculo, como o cinema, o teatro, etc., e c) a publicação. Uma última classificação subdivide os bens em função da sua própria consistência: a) único, b) complexo, c) atípico. Nas duas primeiras categorias entram, também, os bens ambientais, na medida em que estes podem assumir o valor de bem, onde há um grupo social que os reconheça como seu símbolo, como é o caso de um rio, vulcão ou colina.

Os bens culturais únicos compreendem as obras artísticas, como pinturas, esculturas e obras literárias. Os complexos incluem as bibliotecas, pinacotecas e os museus que representam, sem dúvida, lugares de grande interesse turístico. Uma forma particular de bens culturais complexos são os *centros históricos*<sup>77</sup>, distinguidos como núcleos originais de uma cidade ou de uma qualquer parte urbana, estratificados durante o lento decorrer do tempo.

Trata-se de partes bem distintas do tecido urbano, formadas por edifícios antigos, que podem não pertencer ao mesmo período e que, analisados individualmente, provavelmente não têm nenhum valor, enquanto, ao contrário, poderiam ser um objeto de conservação, se a proteção fosse estendida a todo o conjunto, como será aprofundado no próximo parágrafo.

A última categoria de bens culturais, ou seja, os atípicos, inclui os bens que não entram nas categorias precedentes, ou seja, entram todas as manifestações culturais ligadas à tradição religiosa, folclórica e enogastronómica, característica de lugares de origem.

Uma vez reconhecido o valor de bem cultural, o seu usufruto direto ou indireto representa, para muitas sociedades contemporâneas, um direito, sendo que, na atualidade, se impõe a sua conservação para as gerações futuras. Privilegiar a conservação, em lugar do usufruto, deriva da necessidade que o último estaria, de certo modo, comprometido, em caso de falta de proteção dos bens em questão, talvez mesmo através de um usufruto destrutivo (Corna Pellegrini, 2010).

---

<sup>77</sup> Segundo a normativa italiana, na presença de uma cidade fundada no período greco-romano, para identificar melhor o núcleo urbano originário, utiliza-se a expressão de *centro antigo*, enquanto se refere *centro histórico* como a parte da cidade edificada antes da metade do séc. XIX (*Circolare MM. LL. PP.* 1967).

Em Portugal, a Lei n.13/1985 prescreve que os Planos Diretores Municipais (PDM) devem proteger todo o património histórico, cultural e artístico (seja ele classificado ou não); em particular nos artigos 21º e 44º, prevê-se uma particular atenção para estas áreas valiosas.

Este património, que tem como ponto de força a impossibilidade de o transferir para outro local, apresenta, pela sua própria natureza, os limites do seu usufruto e manifesta fragilidade.

Contudo, é evidenciado que grande parte deste património é utilizada com fins turísticos. A definição do papel que o património cultural tem, no desenvolvimento, depende da ideia que tenhamos de desenvolvimento. Portanto, a relação património-turismo é muito estreita: o primeiro transforma os lugares em destinos e o segundo permite o usufruto dos destinos.

Tal desencadeou um debate científico muito crítico a respeito desta excessiva *heritagization* do passado (Ashword, 2008). Isto significa que as raízes do património só adquirem um valor, na atualidade, graças às diversas formas de representação (contos, dramas, storytelling, etc.), como foi referenciado por Graham (2000, p. 29): «são os homens de hoje a criar o conceito de património, não se limitam a recebê-lo ou a transmiti-lo passivamente, o presente cria o património de que necessita e gere-o por uma série de finalidades contemporâneas».

Entre o turismo e o património cultural du Cros e McKercher (2015) esclarecem que podemos considerar sete tipos de relações, no seguimento de um contínuo cooperação-conflito:

- Cooperação total;
- Criação de necessidades e interesses comuns;
- Coexistência pacífica;
- Existência paralela ou ignorância feliz.
- Incómodo ligeiro;
- Conflito nascente;
- Conflito total.

Segundo estes autores, a solução para este problema passa pela compreensão dos interesses, valores e necessidades de uns e de outros.

Pela sua parte, Santana (2003) salienta que a relação entre o património cultural e desenvolvimento turístico tem três possíveis estratégias de actuação:

- Preservação e proteção absoluta de espaços e saberes para o futuro e ao serviço da ciência;
- Conservar e compatibilizar o património cultural com um uso recreacional orientado para o turismo de massas, democratizando o seu consumo;

- Conservar o património cultural e aceitar um turismo minoritário e de elite.

Estas estratégias de atuação podem parecer redutoras. Claro que poderão existir vias intermédias a estas três estratégias.

Um elemento fundamental do turismo cultural é o consumo de lugares de memórias, ou também monumentos de lembrança.

Eles são lugares onde sucederam acontecimentos históricos importantes, como batalhas ou revoluções, mas também lugares que recordam a vida de artistas ou intelectuais. É supérfluo salientar que estes lugares de memórias são destinos turísticos pelo seu valor histórico, artístico ou de vivência, constituindo uma prática social que Candau (2002) tem definido como “turismo da memória”.

Este turismo tem utilizado a cultura e o património cultural para produzir uma imagem-produto, que se comercializa para ver e visitar. Portanto, segundo esta perspectiva, o património cultural é entendido como uma nova forma de produção cultural, como um meio através do qual alguns locais se convertem em destinos turísticos (Pérez, 2009). Nalguns casos, o turismo foi fundamental para guardar o património cultural e as tradições. Outras vezes, o turismo tem servido para inventar novas práticas culturais (sem tradição histórica), que rapidamente são convertidas e definidas como “tradições”, para uma melhor comercialização dos produtos turísticos.

O certo é que, graças a estas apropriações, muitos territórios têm iniciado um processo de desenvolvimento económico. Tal é o caso de festas e festivais de comida, convertidas, em muitos casos, em património cultural e atrativos turísticos principais de algumas cidades e regiões - Richards (2004) fala da “festivalização da cultura”.

Além dos perigos da utilização turística do património cultural, destaca-se o da rentabilidade económica e política do património cultural. Neste caso, o património cultural perde a sua especificidade e converte-se num bem comercial semelhante a qualquer outro.

Este processo de “disneylandização” da cultura (Augé, 1998) sublinha a falta das suas funções sociais educadoras e educativas, que são próprias do património cultural. Porém, nem sempre o património cultural necessita do turismo; às vezes, o objetivo da conservação pode, também, entrar em confronto com o turismo, pelo seu abuso e estrago.

Assim, Pérez (2009) considera que o património cultural, como recurso turístico, pode apresentar três formas:

- Património cultural como produto turístico autónomo, em si. Por ex.: pirâmides do Egito, o Coliseu de Roma, Pompeia, etc..
- património cultural associado num pacote turístico: viagem, atrativos lúdicos, visitas a elementos patrimoniais. Por ex. a visita a cidades do património, ou a grandes cidades que possuem importantes museus: Paris, o Museu do Louvre; Londres, o British Museum etc..
- património cultural como mais-valia dos destinos turísticos: “Turismo de qualidade”, “diversificação do produto turístico”.

Em conclusão, pode-se afirmar que a cultura é um conjunto de valores, tradições, e modos de vida, mas também lugares observáveis, representados por locais de particular interesse físico-ambiental e pelos lugares de memória, como os monumentos e os aglomerados urbanos de interesse histórico-cultural, em que o “ponto de força” consiste na impossibilidade de os transferir para os locais de residência dos turistas.

Por consequência, os custos de manutenção não devem estar a cargo da administração local que organiza a sua gestão, mas a cargo dos turistas, os principais utentes de sensações positivas» (Andreotti, 1997).

### **II.2.3 A evolução do conceito de *centro histórico* como património cultural a preservar**

O conceito de *centro histórico* como expressão unitária do património cultural, em combinação com a ideia de um projeto de preservação, nasce na Grã-Bretanha, durante o séc. XIX, por obra de John Ruskin (Choay, 1996).

O atraso temporal de, aproximadamente, quatro séculos, entre a consideração da cidade pré-industrial como o único objeto do passado a ser protegido e a elaboração do conceito, mais consolidado, de conservação de um monumento histórico, tem duas razões principais: a maior complexidade e extensão do objeto a preservar (a cidade ou uma parte

desta) e a quase total ausência, até ao princípio do séc. XIX, de cadastros<sup>78</sup> e de documentos cartográficos fiáveis, capazes de construir uma história do espaço urbano, de forma científica.

No entanto, o debate científico sobre o centro histórico, como parte distinta do resto do tecido urbano, de características insalubres e obscuras, onde a pobreza acompanha o vício e a criminalidade<sup>79</sup>, aparece nos manuais da história da cidade, a partir da segunda metade do séc. XIX e, mais precisamente, desde que o centro de Paris foi abalado por profundas demolições, executadas pelo presidente da câmara parisiense Haussman<sup>80</sup>.

A experiência parisiense ocorreu com o intuito de modernizar e melhorar as condições higiénicas da cidade, mas demonstrou a facilidade de enriquecer uma limitada classe hegemónica, a custo da coletividade, através da especulação fundiária: «a propriedade (privada) apropria-se de uma sobretaxa a qual corresponde a um défice da administração (pública), e deforma, conseqüentemente, o ambiente citadino: constrói-se mais do que o necessário e com densidades maiores, para fazer crescer os preços dos terrenos; os serviços públicos ficam atrás e recorrem com dificuldade a iniciativas privadas; cultivam-se as diferenças de valores que alimentam a renda, agravam-se os contrastes ambientais entre as diversas zonas urbanas» (Benevolo, 2008, p. 175).

O exemplo de Paris estende-se rapidamente por toda a Europa, também quanto à relação do vasto fenómeno de urbanização, ligado ao desenvolvimento das atividades de produção. Em síntese, a nova reorganização urbana foi fundamentada sobre três pilares principais:

- a) Uma série de normas higiénicas e de edificação (alturas, edifícios, alinhamentos estradais, dimensões dos pátios, etc.)
- b) Construção de obras públicas como aquedutos, esgotos, estradas;

---

<sup>78</sup> O primeiro cadastro europeu foi o de Milão do séc. XVIII.

<sup>79</sup> Sobre este aspeto basta referir-se a abundante literatura positivista, a partir daquela francesa, país de origem da corrente literária.

<sup>80</sup> George Eugène Haussman (1809-1891) foi o presidente do Departamento do Sena, na época de Napoleão III. Paris, naquela época, era uma cidade profundamente medieval, com ruas estreitas e tortuosas, com uma notável densidade habitacional. Seja por razões higiénicas (a cidade, em particular, durante os meses de verão sofria de epidemias de cólera), seja por razões políticas, com o intuito de libertar o centro urbano das massas populares, sempre tumultuosas (a revolução de 1830 e a de 1948), e por prestígio da monarquia francesa, a capital sofreu, entre 1852 até 1869, poderosos trabalhos de reestruturação urbana (cerca de 60% da cidade de então), com o intuito de mudar completamente o seu aspeto. Com a realização de grandes ruas retilíneas (boulevards), ofereceu-se a possibilidade de ligações rápidas dentro da própria cidade (assegurando uma rápida ligação entre as estações ferroviárias) e também a instalação de uma eficiente rede sanitária e hídrica (Londei, 1982).

c) Intervenções de melhoramento na circulação (construção das primeiras linhas metropolitanas, *tramways*, etc.)

As intervenções de demolição, valorização e integração da cidade velha, com a nova expansão urbana, serão, então, o centro das políticas de cidade até o final do século XX.

Este debate científico - dentro do âmbito de uma nova disciplina apelidada, por Cerda, de "urbanismo"<sup>81</sup> - entre o respeito pelo passado e a proteção do centro histórico, ou então a sua total transformação, foi particularmente aceso na segunda metade do século XIX.

Choay (1996) clarifica que, neste período, são consolidadas três abordagens diferentes sobre a cidade histórica, que representam o ponto de partida para a construção do conceito de «património urbano».

A autora chama estas figuras: *memorizante*, *histórica* e *historicizante*. A figura *memorizante* designa o pensamento de Ruskin (1819-1900), o qual, na sua obra *As pedras de Veneza* (1853), denunciou todas aquelas intervenções de matriz haussmaniana, que modificavam a estrutura dos tecidos urbanos pré-industriais.

Mesmo que não seja explícito, o autor defende que as cidades têm a função de monumento, enraizando os seus habitantes no espaço e no tempo e, portanto, a sua proteção coincidia com a função habitacional, tal como acontecia no passado. A outra figura, definida como *histórica*, encontra na obra do austríaco Camillo Sitte (1843-1903) o seu foco central. O autor demonstra, com a ajuda de desenhos, como a cidade antiga tinha praças e espaços de grande gosto estético, enquanto a sua cidade contemporânea não ostentava qualquer qualidade estética. A parte urbana, tão preciosa, é, então, um objeto raro e valioso, assim como as obras conservadas nos museus e, como tal, tem que ser colocada fora dos circuitos da vida quotidiana. Esta conceção era, também, sustentada pela geração dos viajantes, dos arqueólogos, dos estudiosos, que contribuíram para a afirmação de uma possível "museificação" da cidade antiga.

A terceira figura propõe, por sua vez, uma síntese e superação das duas precedentes, e encontra, no pensamento do urbanista italiano Gustavo Giovannoni (1873-1943), o seu ponto de partida. O investigador italiano foi o primeiro a conceber a expressão «património urbano», para designar aquela parte da cidade originária do valor

---

<sup>81</sup> Na sua *Teoría de la urbanización* de 1867, Cerda define o urbanismo como a ciência da cidade e da sua produção, demonstrando como as formas urbanas dependem dos modos de circulação e de transporte.

monumental; contudo, realça que se trata de um tecido vivo e que, como tal, não deve ser embalsamado. Este dualismo representa a essência das teorias do restauro urbano e resume-se a três princípios: cada fragmento urbano antigo deve ser integrado num plano urbano, local, regional e territorial; o restauro de cada edifício histórico e monumental não pode prescindir do seu ambiente circundante; portanto o “libertar” ou “isolar” um monumento do tecido urbano envolvente representa uma verdadeira mutilação.

Por fim, uma vez satisfeitas as duas primeiras condições, os ambientes urbanos são tratados com os mesmos procedimentos de manutenção e restauro, próprios dos edifícios históricos<sup>82</sup>. Não obstante estas posições levarem à conservação do tecido urbano pré-industrial, naquele período registaram-se, um pouco por toda a Europa, inúmeros episódios de demolição, tanto que, em 1931, em pleno movimento moderno, foi produzida a *Carta de Atenas* que, embora fosse bastante omissa quanto à proteção do tecido urbano histórico<sup>83</sup>, representou «o primeiro ato normativo internacional exclusivamente dedicado ao património» (Cavém, 2007 p. 18).

Em Itália, terra de antigas tradições urbanas, o debate ligado à definição e, conseqüentemente, à proteção dos centros históricos, na sua totalidade, teve uma forte ressonância a partir dos anos sessenta, como é testemunhado na *Carta de Veneza* de 1962.

Nas políticas do património, o *Bel Paese* tem uma longa e atormentada história. De um modo geral, pode-se afirmar que as políticas de proteção do património histórico e artístico iniciaram-se com as primeiras leis que promoveram o inventário dos objetos de arte nos estados pré-unitários<sup>84</sup>.

Com a unificação política da península italiana, a partir de 1860, foram apresentadas diversas propostas legislativas que promoviam a catalogação das obras de arte. Após longas polémicas e discussões, foi lançada a Lei n.185/1901, que definia um Catálogo de bens móveis e imóveis, objetos de proteção por parte do estado (art. 23º). Logo, a

---

<sup>82</sup> Estes princípios também estão contidos na *Carta italiana do restauro* de 1931, na qual Giovannoni teve um papel fulcral.

<sup>83</sup> A Carta recomenda «respeitar na construção dos edifícios o caráter e a fisionomia da cidade, especialmente na proximidade dos monumentos antigos» (art.VII).

<sup>84</sup> O primeiro catálogo de obras de arte (apenas pinturas de grande valor artístico preservados nas igrejas) foi elaborado no ano de 1773, pela República de Veneza. A partir desta iniciativa, também os outros estados italianos iniciaram este processo. Poucos anos depois, foram promulgadas as ordens papais nos Estados da Igreja, pelo Cardial Doria Pamphili em 1802, e pelo Cardial Pacca, em 1920. No Reino das Duas Sicílias, em 1839, foi instituída uma Comissão para a redação de um inventário que tivesse o propósito de elencar as obras a restaurar e a inserir em museus. Esta iniciativa foi claramente induzida pelas grandes descobertas arqueológicas de Ercolano (1738) e Pompei (1748), nas quais se desenvolveram importantes escavações.



atividade de eleição e de preservação (e como tal, restauro) era apenas garantida nas obras incluídas nesta lista da Superintendência territorial<sup>85</sup>, dependendo do Ministério da Educação, de acordo com a Lei n. 386/1907.

Este Catálogo incluía, apenas, obras de grande prestígio, excluindo tudo o resto – portanto, mais uma vez, reforça-se a ideia de que estes elencos são incompletos. Colocou-se, então, a necessidade de proceder à criação de uma nova lei, a nº. 364/1909, que aboliu o Catálogo como pressuposto fundamental para as atividades de preservação, ainda que a importância de ter um inventário atualizado consistisse num ato fundamental.

A posterior Lei nº. 1889/1923 intervém, em particular, na catalogação, a qual não podia ser considerada como uma simples lista, mesmo que tivesse um valor descritivo, por meio de oportunas fichas técnicas, acompanhadas por fotografias e levantamentos.

A aprovação da Lei nº. 1089/1939, estende a proteção a «todas as coisas de interesse histórico-artístico» e sublinha a exigência de uma catalogação efetuada com bases científicas, tendo, como pressuposto fundamental, a ação de preservação e reconhecendo, ainda, a indissociabilidade da obra de arte do seu contexto.

Concluída a guerra, o país encaminhou-se para uma rápida fase de reconstrução, caracterizada pela forte expansão das cidades, nem sempre regulada por planos precisos, respeitadores da paisagem e do ambiente em geral<sup>86</sup>.

As cidades começaram a crescer, ocupando progressivamente todos os solos disponíveis, não só os espaços agrícolas periurbanos, mas também os terrenos urbanos ocupados por velhas construções, provocando numerosos danos no ambiente citadino<sup>87</sup>.

---

<sup>85</sup> Atualmente, existem as seguintes Superintendências, distribuídas territorialmente segundo um critério regional que podem ser divididas em relação ao bem a proteger, em: Superintendência de arquivo, Superintendência dos bens arqueológicos, Superintendência dos bens arquitetónicos e paisagísticos, Superintendência dos bens históricos, artísticos e demo-ento-antropológicos.

<sup>86</sup> Foram promulgadas, durante a 2ª Guerra Mundial, a primeira lei orgânica de planeamento territorial e a Lei n. 1150/1942. Tal lei individualiza vários níveis de planeamento: territorial (*piani territoriali di coordinamento*), municipal (*piano regolatore generale*), e, por fim, local (*piano particolareggiato*).

<sup>87</sup> Uma boa exposição sobre a Itália dos anos sessenta, afetada pelo fenómeno da especulação imobiliária, é o filme de Francesco Rosi *Le mani sulla città*, de 1961.

Neste período, o centro histórico era considerado como «aquela parte do tecido urbano consolidado, compacto e unitário que foi desenvolvida desde a fundação do aglomerado urbano até à chegada da industrialização» (Gangemi, 1992, p. 77), evidenciando, assim, uma distinção que se refere a um espaço temporal preciso.

Segundo Choay e Merlin (1996), a delimitação espacial é facilitada em pequenas cidades, com uma expansão reduzida, como no caso de cidades contidas por muralhas, ou por situações físico-orográficas particulares.

Esta delimitação é mais difícil nas grandes cidades, desenvolvidas em períodos históricos diferentes e em que o conjunto urbano criado até ao séc. XIX pode ser legitimamente considerado “histórico”.

Por ocasião do *Congresso Nazionale dell'INU*, de 1960, intitulado “Salvaguarda e Restauro dos centros histórico-artísticos”, no relatório introdutivo de Cederna e Manieri Elia, lê-se que a ação de proteção tem que abranger «toda a cidade histórica, todo o conjunto da sua estrutura urbana, a qual se foi formando lentamente durante os séculos», embora no documento final dos trabalhos, conhecido como a *Carta di Gubbio*, não fosse evidenciada, de forma clara e unívoca, a definição de centro histórico.

O Convénio gerou, seguramente, uma mudança cultural importantíssima, como testemunhado pela proliferação de leis<sup>88</sup> e debates científicos.

É neste efervescente clima cultural que se desenvolve a primeira definição oficial de centro histórico e, na verdade, esta surge na já citada *Comissione Franceschini*: os centros históricos são «aquelas estruturas urbanas que constituem uma unidade cultural, ou a parte originária e autêntica das urbes, e testemunham os carateres de uma viva cultura urbana».

Não faltam, porém, indicações para a sua salvaguarda, como a recomendação de que cada intervenção de restauro deverá ser implementada por meio de medidas cautelares, previstas por planos particulares rigorosos, que devem estender-se por todo o centro, garantindo, ao mesmo tempo, uma eficaz vida social e económica, propondo um tipo de proteção ativa. Nos anos seguintes, a definição dada pelo Dicionário

---

<sup>88</sup> Foram aprovadas as seguintes leis: a Lei n. 756/1967 (conhecida como «*legge Ponte*»), que introduz dois conceitos fundamentais em relação à proteção e à valorização dos Centros Históricos: a inserção destes últimos, de forma orgânica, no âmbito do planeamento urbano (corresponde ao PDM, em Portugal) e na definição de específicas modalidades de intervenção que, por norma, prescrevem a conservação das densidades habitacionais e fundiárias pré-existentes, sem alterações dos volumes. A Lei nº. 457/1978 introduz os «Planos de recuperação» e especifica as modalidades das intervenções admitidas nos Centros Históricos (manutenção ordinária, extraordinária, restauro e reabilitação conservativa, reestruturação habitacional e reestruturação urbana). Tal constituiu uma importante etapa da evolução da legislação geral nos centros históricos.

Enciclopédico de Arquitetura e Urbanismo (DAU, 1969) inclui, em particular, - para além de um respeito pelas estratificações e por uma breve referência às variedades tipológicas - uma hipótese de extensão do centro histórico à cidade inteira, antecipando o conceito de cidade histórica, que será estabelecido pela *Carta de Washington* para salvaguarda das cidades históricas, no ano de 1987<sup>89</sup>.

Um outro avanço foi a distinção, proposta por Roberto Pane, entre *centro antigo* e *centro histórico*, que individualiza, dentro da cidade, uma área de particular valor, equivalente ao núcleo primitivo. O autor especifica que «se o centro antigo corresponde ao ambiente da estratificação arqueológica, o centro histórico é a própria cidade no seu conjunto, compreendendo os aglomerados modernos. Por outras palavras, o que é antigo é histórico, mas nem tudo o que é histórico é antigo» (Pane, 1971 p. 15).

Tal distinção não deve induzir a crença de que, feita a exceção para o núcleo antigo, tudo o resto pode ser considerado objeto de indiscriminadas reestruturações e transformações. Daqui a necessidade de tomar escolhas para individualizar o que deve ser conservado e o que pode ser transformado ou reestruturado, segundo rigorosos critérios histórico-críticos<sup>90</sup>.

Di Stefano esclarece que o centro histórico de uma cidade equipara-se à «parte velha (e, às vezes, moderna, mas não nova e contemporânea), a qual compreende em si os documentos da evolução civil da comunidade humana que criou a própria cidade assim como a vemos», precisando que «a individuação do centro histórico, portanto, deve ser baseada sobre a avaliação de caracteres histórico-crítico (e em geral de tipo qualitativo), sem algum vínculo de datas predeterminadas» (Di Stefano, 1979 p. 109), destacando, assim, a inutilidade de uma definição baseada num discriminante temporal.

Também a distinção entre centro antigo e centro histórico não é, de todo, partilhada, considerando que a cultura contemporânea recusa cada forma de barreira e tende a construir juízos históricos sobre todos os elementos do passado, independentemente da época que os produziu. De resto, a mesma Carta Internacional para a salvaguarda das cidades históricas (Washington, 1987) recusa as formas de distinção de acordo

---

<sup>89</sup> Os centros históricos «podem ser unitários ou fragmentados, completamente ou parcialmente fragmentados, completamente ou parcialmente conservados, segundo a sua estrutura originária; a sua delimitação topográfica (...) deverá compreender a inteira estrutura urbana, quando se trata de aglomerados urbanos em que a estrutura histórica seja prevalecte, mesmo que, esta tenha sofrido deformações óbvias, ocorridas ao longo do tempo, que reduziram a continuidade do seu território histórico (...) podem incluir na proteção dos centros históricos as construções relativamente recentes (séc. XIX) ou mesmo modernas, caso retenham documentos decisivos e únicos na história da arquitetura» (D.A.U. 1969, vol. I p. 537).

<sup>90</sup> Para aprofundar o pensamento de Roberto Pane em tema de restauro urbano e dos monumentos: cf. Casiello S. Pane A. Russo V. (2010) *Roberto Pane tra storia e restauro. Architettura, città, paesaggio* Marsilio, Venezia.

com o tecido urbano; assim as definições, cada vez mais elaboradas, começam a incluir referências de outros parâmetros, desde o geográfico, até ao demográfico e morfológico.

Por exemplo, Di Stefano (1989), tendo em conta a localização geográfica variável e a identidade dos núcleos, subdivide os centros históricos em: *conjuntos arquitetónicos independentes*, como mosteiros ou castelos; *pequenos centros urbanizados*, ou seja, pequenos centros sobretudo rurais; *cidades históricas*, referindo-se aos centros urbanos que não foram afetados pela urbanização e pela explosão demográfica, apresentando um tecido urbano pouco alterado, e, por fim, os *bairros históricos das grandes cidades*, que se dividem, por sua vez, em: 1) bairros históricos sobre um curso de água que atravessa a cidade ou sobre o mar; 2) bairro histórico na proximidade de um conjunto monumental ou arqueológico de notável interesse localizado dentro da cidade; 3) bairro histórico na proximidade de grandes espaços verdes; 4) bairros históricos isolados, circundados por bairros modernos.

Com a progressão dos estudos, onde «a contribuição teórica e experimental mais importante vem de Itália, que detém os centros históricos mais ilustres e menos alterados da idade industrial» (Benevolo, 2008, p. 215), mas também pelo impulso dado, em 1972, por parte do Conselho Europeu, com o empenho do presidente Albert Schmidt, do *Comité des monumentets et sites*, o conceito de centro histórico assumiu conotações mais alargadas e complexas. As novas perspetivas, que se afirmaram entre os anos setenta e oitenta, podem ser sintetizadas em dois pontos diferentes, já contidos na *Declaração de Granada, 1985*<sup>91</sup>:

- 1) o reconhecimento de todo o centro histórico como um organismo físico a proteger e a restaurar no seu conjunto; por isso, é necessário estender aos edifícios comuns os métodos rigorosos de restauro, pensados para os edifícios monumentais e assumir, como critérios para a conservação, as concretas diferenças distributivas e construtivas, a acertar objetivamente, em vez dos graus de valor subjetivos e controversos;

---

<sup>91</sup> Promovida pelo Conselho Europeu, a Declaração tem o objetivo de chamar a atenção das autoridades públicas para a valorização do património arquitetónico europeu. Entre os aspetos inovadores, destacam-se: o empenho por parte dos estados em intervir eficazmente para evitar danos permanentes no património; o favorecimento do mecenato nas políticas de preservação; a proteção das profissões e do trabalho ligado ao restauro e, finalmente, exorta-se a uma colaboração mais estreita dos Estados nas políticas de preservação.

- 2) o aprofundamento da natureza do bem a preservar, que não é um objeto inanimado a visitar, como as obras artísticas num museu, ou os monumentos da cidade tradicional, mas um cenário habitado que possui a qualidade que falta à cidade contemporânea: a estabilidade da relação entre o povo e edificado.

Tudo isto conduz à compreensão de que o conceito de centro histórico reúne, em si, o conteúdo de bem cultural, bem económico e, por fim, de bem social, bem como que, em cada ação de preservação, é necessário alcançar o equilíbrio correto entre estes diversos fatores (Miarelli Mariani, 1993)<sup>92</sup>.

Nesta fase, assume um particular interesse o Plano de Recuperação do centro histórico de Bolonha, promovido pela Câmara, nos anos setenta. O centro histórico, no fim dos anos sessenta, apresentava-se particularmente degradado, não obstante a presença de numerosos vestígios do passado, como palácios nobres, igrejas e conventos.

A originalidade deste plano está em não considerar o centro histórico da cidade como um setor à parte – tal como um museu aberto, resultado de uma grande concentração de património cultural - mas em reconhecê-lo como parte integrante da cidade, capaz de melhorar as condições de vida da população residente. De facto, o plano, para além de prever o restauro de todos os edifícios, considera, também, os de arquitetura menor, que caracterizam o espaço urbano, sendo estes reestruturados e, em parte, destinados a residências sociais (jovens, casais, idosos).

As operações previstas pelo plano podem ser sintetizadas nos seguintes pontos (Cervellati, Scannavini, 1977):

- restauro urbano de todo o centro histórico;
- integração do património histórico, artístico, cultural no contexto social e económico do território, confiando-lhe um papel ativo e compatível;
- descentralização do centro histórico dos serviços administrativos considerados, agora, não compatíveis;
- equipar o centro histórico de todos os serviços públicos necessários para garantir uma elevada qualidade de vida;

---

<sup>92</sup> Miarelli Mariani reforça a importância destes três fatores e, sobretudo, o risco que pode surgir da valorização de apenas um destes fatores. A conceção do centro histórico como apenas um bem cultural, tal como proposto por Pane e outros (1971), arrisca colocar em segundo plano as qualidades económicas e sociais e de chegar ao extremo de se contemplar apenas o tecido urbano histórico. Por outro lado, considerar o centro histórico unicamente como um bem socioeconómico pode levar a um uso pouco respeitoso das antigas arquiteturas, ou à proteção do tecido social com o intuito de perpetuar dos habitantes residentes no centro histórico, promovendo um processo de *guetização* espontânea.

- racionalizar a viabilidade interna do centro histórico, com a pedonalização de algumas estradas.

Segundo a leitura crítica, explanada por Manfredo Tafuri (2002), entre os méritos indiscutíveis do Plano encontra-se o de ter posto em prática («política e técnica») «a abstrata instância cultural» contida na *Carta de Gubbio* de 1960 e que representa um modelo de justa recuperação e valorização do centro histórico urbano.

Um outro êxito da legislação deu-se com a aprovação do Decreto Legislativo 49/2004, conhecido como o Código para os Bens Culturais, que revoga as precedentes leis e disciplina a preservação dos bens culturais, a sua circulação em âmbito nacional e internacional, ocupa-se da paisagem e dos centros históricos, padroniza a expropriação e o usufruto dos bens imóveis e valoriza os bens imateriais.

Mais recentemente, foi discutido no Parlamento (já aprovado pelo Senado, 2013) o projeto de lei intitulado de «Disposições para a requalificação e a recuperação dos centros históricos e as vilas antigas de Itália», que prevê a possibilidade de intervenções, por parte de privados, para o restauro e recuperação do património edificado dos centros históricos, a realização de obras públicas e o melhoramento e adequação dos serviços públicos.

Um aspeto inovador desta lei é a atribuição dos recursos do estado, até 50%, aos municípios com população não superior às 15.000 habitantes, sublinhando a importância sociocultural das pequenas vilas históricas<sup>93</sup>.

Em Portugal, a primeira medida legislativa para a proteção do património histórico-arquitetónico data do ano de 1721, de D. João V, promulgada após a criação da Academia Real da História. Neste documento legislativo, obriga-se a proteger «os edifícios da antiguidade (fenícios, gregos, persas, romanos, godos e árabes) com estátuas, lápides ou moedas anteriores ao tempo de El-Rei D. Sebastião» (Brito Henriques, 2003 p. 274).

Este documento tem que ser considerado no âmbito das ilustres medidas de defesa das antiguidades, que caracterizam a Europa antes do século XIX, mas tratava-se, sempre, de uma iniciativa limitada e pouco incisiva.

Posteriormente, foram aprovadas outras medidas, como aquela de 1835, relativa à alienação de bens de propriedade do Estado que não tivessem um alto valor histórico e

---

<sup>93</sup> Segundo dados do ISTAT (2014), os municípios italianos com população inferior aos 5.000 habitantes são 5.868, num total de 8.101. Cada município compreende diversas freguesias e vilas. A estimativa de vilas históricas chega às 20.000, a maior parte das quais representa um valor histórico, ambiental e social a proteger e a regenerar.

artístico – contudo, a ausência de um inventário rigoroso, conduziu à alienação de diversos imóveis de elevado valor histórico.

O debate sobre a necessidade de preservar o património cultural assume particular vigor na segunda metade do séc. XIX, com as figuras de Almeida Garrett (1799-1854) e Alexandre Herculano (1810-1877) a denunciar não só a prática de vandalismo sobre o património cultural mas, sobretudo, a incúria e a negligência por parte do Estado, tendo em conta a ausência de um órgão de proteção dos monumentos e de uma legislação específica, a par das outras nações europeias. Tal como acontece frequentemente, foi a sociedade civil que antecipou a ação do Estado. Tanto a Igreja (no caso dos edifícios religiosos), como alguns proprietários privados de edifícios históricos realizaram obras de restauro por sua iniciativa e com os seus próprios fundos (Brito Henriques, 2003).

A controvérsia sobre a necessidade de uma política de proteção do património cultural, por parte do Estado iniciou-se numa restrita elite intelectual, argumentando quer razões de ordem cultural, simbólicas e pedagógicas, quer razões de ordem económica. Efetivamente, Alexandre Herculano, no seu artigo publicado em 1838, n' *O Panorama*, escreve: «Calcula quantos e quantos viajantes terão atravessado Portugal, durante um século. Certo que não é para correrem nas nossas diligências por nossas belas estradas, ou navegarem nos nossos rápidos vapores por espaços canais... mas para admirarem o mosteiro da Batalha, o templo romano de Évora, o castelo da Feira, a colegiada de Guimarães, o convento de Belém ... E dissei-nos: credes que o estrangeiro alcança o fim da sua peregrinação, sem despende muito ouro. Ignorais que este ouro se derrama por mãos de portugueses? E falais vós outros de Economia Política; e aniquilais o capital dos monumentos»<sup>94</sup>. Facilmente sobra, destas poucas linhas, a significativa ligação entre património cultural e turismo, embora ainda pouco desenvolvido e que seguia modelos evolutivos do Grand Tour, como exposto precedentemente (cf. parágrafo II.1.1).

Com a ampliação da noção de património histórico-arquitetónico, a partir do simples edifício, para a envolvente (exemplo: jardins que circundam antigos edifícios) e, por sua vez, a todo o ambiente urbano, fortaleceu-se a exigência de proteger os centros históricos, representando, assim, a fase conclusiva deste longo e conturbado processo.

Assim como no resto da Europa, também em Portugal o debate científico sobre este tema foi muito intenso e nele se reconhece a figura de Alfredo de Andrade (1839-1915) como um dos mais importantes expoentes. Residiu alguns anos em Itália e trabalhou na

---

<sup>94</sup> Citado por Brito Henriques, 2003 p. 210.

realização da Vila e da Fortaleza medievais, no Parco de Valentino<sup>95</sup>, em Turim, construídos para a *Exposição Geral Italiana* de 1884 (Verdelho da Costa, 1997).

Entretanto, a catalogação e proteção das antiguidades foi confiada, após vários acontecimentos, ao *Conselho Superior dos Monumentos Nacionais*, enquanto a atividade de restauro foi incrementada pelos *Conselhos de Arte e Arqueologia*, subdivididos nas três circunscrições de Lisboa, Porto e Coimbra.

Com a instauração da República, foram implementadas políticas de proteção mais eficazes. Foi abolido o Conselho Superior dos Monumentos Nacionais e instituída, em 1920, a *Administração Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais* (AGEMN, que a partir de 1929 se designou de DGEMN) no Ministério das Obras Públicas, com o intuito de intervir, de forma direta, nas obras de restauro.

O debate científico sobre a necessidade de proteção do rico património cultural nacional foi particularmente significativo depois de 1974, com o surgimento do regime democrático. Neste movimento insere-se o primeiro encontro nacional das associações de estudo e de proteção do património, decorrido em Santarém, em janeiro de 1980. Durante os três dias de trabalho, os representantes das 51 associações portuguesas redigiram um documento final, a primeira *Carta Portuguesa do Património*, «onde iriam ser fixados os princípios, as questões e as práticas de salvaguarda do património cultural e natural» (Gabriel, 2004, p.55).

Com a Lei nº. 215/2006, foi criado o *Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico* (IGESPAR), que reunia as funções precedentemente exercidas pelo *Instituto Português de Arqueologia* (IPA) e pelo *Instituto Português do Património Arquitetónico* (IPPAR). Este Instituto, dependente do Ministério da Educação e Cultura, tinha «por missão, a gestão, a salvaguarda, a conservação e a valorização dos bens que, pelo seu interesse histórico, artístico, paisagístico, científico, social e técnico, integrem o património cultural arquitetónico e arqueológico classificado do País» (art.º 21 – 1). Extinto em 2011, as suas funções foram assumidas pela Direção-Geral do Património Cultural.

Só com o lançamento da Lei nº. 13/1985, de proteção dos tecidos urbanos históricos, há uma ligação ao planeamento urbano. A lei citada, em particular os artigos 21º e 44º,

---

<sup>95</sup> Trata-se de uma reconstrução fantástica de uma típica vila italiana do século XV, incluindo a fortaleza e a muralha defensiva. Segundo os programas, devia ser demolido após a exposição, coisa que não veio a suceder e, em 1942, tornou-se num museu cívico.



estabelece que os *Planos Diretores Municipais* (PDM, instituídos com o Decreto-Lei nº. 208/82) deveriam conferir uma especial atenção ao património arquitetónico<sup>96</sup>.

Definem-se três tipos diferentes de bens a classificar: monumentos, lugares e conjuntos de bens e quatro categorias de valores: local, regional, nacional e internacional, com evidentes implicações ao nível do turismo.

A falta de publicações de normas aplicativas tem impedido a plena aplicação da lei, gerando, por vezes, discordância e confusão nos processos administrativos (Brito Henriques, 2003). Após longas discussões, foi publicada a Lei nº. 107/2001, que apresentou, pelo menos, dois aspetos inovadores: a possibilidade, por parte dos privados, de assumir um papel ativo na salvaguarda do património e uma maior flexibilidade dos procedimentos administrativos, onde os municípios podem examinar e acolher propostas de alteração para os edifícios ou lugares protegidos. Tal adquire um novo impulso com a publicação do Decreto-lei 307/2009, posteriormente melhorado e integrado na Lei nº. 32/2012.

Esta última, na definição de instrumentos e modalidades para as políticas de reabilitação urbana, prevê:

- a formação de instrumentos eficazes de intervenção direta na reabilitação urbana, por parte das autoridades municipais. Por outro lado, dá a possibilidade, aos municípios, de impor aos proprietários a intervenção e a reparação dos edifícios;
- a recuperação de vários espaços públicos dentro dos centros históricos, de modo a facilitar a sua revitalização e, por consequência, a atrair a população residente;
- a concessão de contributos e facilidades fiscais aos proprietários, para a recuperação dos antigos edifícios.

Paralelamente, também no âmbito científico, foram discutidas a definição e as novas funções a atribuir aos centros históricos, distinguidos como «as partes mais antigas da cidade», que constituem uma «sucessão de testemunhos de várias épocas, monumento que traz vivo o passado, nos dá a dimensão temporal com a sequência dos factos que estruturam as identidades» (Barata Salgueiro, 2005, p. 259), ou «o núcleo urbano de origem do aglomerado, de onde irradiam outras áreas urbanas sedimentadas pelo tempo, conferindo assim a esta zona uma característica própria cuja delimitação deve implicar

---

<sup>96</sup> Sublinhe-se que foram realizados apenas poucos planos de salvaguarda para os centros históricos, valorizados como Planos de Pormenor.

todo um conjunto de regras tendentes à sua conservação e valorização» (DGOTDU, 2005 p. 128).

Outras definições, além de considerarem o aspeto cultural, realçam o aspeto qualitativo: «numa cidade, qualquer que seja a sua dimensão, há sempre uma área mais sensível e que melhor traduz o próprio valor da cidade» (Gaspar, 1985 p. 17) ou «a cidade como tal, com todos os seus atributos, reconhece-se no centro (histórico): o nome, a identidade, a representação, os monumentos, a integração coletiva, a qualidade urbana» (Bohigas, 1999, p. 203) ou, então, a uma maior delimitação: essa é «facilitada no caso de pequenas cidades, que se tenham expandido pouco ou onde o desenvolvimento moderno é periférico (...) é mais difícil no caso das grandes cidades, formadas por períodos históricos múltiplos, e onde os conjuntos urbanos do século XIX podem ser legitimamente considerados como históricos» (Cavém, 2007, p. 16).

Os núcleos históricos, ao serem parte integrante do centro urbano antigo das cidades, constituem-se «conjuntos urbanos com interesse histórico cuja homogeneidade permite considerá-los como representativos de valores culturais, nomeadamente históricos, arquitetónicos, urbanísticos ou simplesmente afetivos, cuja memória importa preservar» (DGOTDU, 2005, p. 129).

Para além desta importância, de cariz patrimonial, mais física, o centro histórico de uma aglomeração urbana faz parte da memória coletiva da cidade, sendo que «esta memória coletiva constitui um quadro de referência fundamental para o equilíbrio psicológico necessário para reagir às mudanças que constantemente se prefiguram nas nossas cidades» (Barata Salgueiro, 1999, p. 388).

Por isso, a argumentação sobre as novas funções a atribuir aos centros históricos centra-se, essencialmente, sobre dois pontos estreitamente interligados: a *gentrification* e a *turistificação* do tecido urbano (Cf. Capítulo II).

Como reforça Carlos Fortuna (1997), no caso de estudo sobre as transformações urbanas e sociais, sofridas por causa do turismo no centro histórico de Évora, as antigas atividades artesanais e comerciais que caracterizavam o centro, deixaram o lugar a cafés, restaurantes, lojas de lembranças, gerando um verdadeiro e próprio processo de *destraditionalização* do antigo centro urbano.

Uma iniciativa interessante para sensibilizar as corretas práticas de intervenção nos centros históricos é aquela realizada pela *Associação Portuguesa dos Municípios com*

*Centro Histórico*<sup>97</sup>, a instituição d'O *Dia Nacional dos Centros Históricos Portugueses*, que decorre, cada ano, desde o dia 28 de março de 1993<sup>98</sup>.

## II.2.4 As atuais políticas de restauro urbano nos centros históricos

O forte desenvolvimento tecnológico e o conseqüente crescimento da economia pós-industrial, nas áreas urbanas dos países mais avançados do mundo, influenciaram significativamente a qualidade e a quantidade das funções compreendidas nas cidades, as quais se tornaram, principalmente, centros de serviços e de consumo, em vez dos antigos centros de produção do passado.

Tal provocou, a partir das últimas décadas do séc. XX, a transformação de algumas partes do espaço urbano, como as áreas urbanas obsoletas ou abandonadas, de maneira a acolher as novas funções típicas de uma economia de tipo pós-industrial, bem como aquelas ligadas à esfera cultural, ou do tempo livre.

Estes espaços urbanos, designados de *Brown areas*, podem, também, incluir os centros históricos das cidades que, até há algumas décadas atrás, eram considerados como áreas degradadas e abandonadas.

Como realçam Ashworth e Tumbridge (2000), existem, essencialmente, duas linhas de ação, que podem ser adotadas no que diz respeito ao património histórico: a aceitação passiva da progressiva destruição do artefacto (uma espécie de eutanásia), ou então a sua prevenção. Esta última constitui, obviamente, a atitude mais apropriada.

É, portanto, possível adotar diferentes ações que olham à conservação do património construído, e estas são (Thimoty, Boyd, 2007):

- Proteção: refere-se a uma situação na qual o artefacto foi deixado no estado em que se encontra. É aplicada uma grande quantidade de dinheiro e trabalho, para manter as condições atuais.
- Restauro: refere-se a todas as ações que têm como objetivo levar o bem para a condição precedente.

---

<sup>97</sup> Fundada em Lamego a 22 de Julho de 1988, tem, entre os objetivos estatutários, a valorização dos tecidos urbanos. Entre as várias atividades da associação, existem: desde 1987 a organização de um convénio nacional (mais ou menos com frequência anual), a publicação de uma revista *Centros Históricos*, e por fim, a promoção do *Prémio Herculano*, atribuído a corretas práticas de recuperação e restauro urbano ([www.apmch.pt](http://www.apmch.pt), último acesso 7.05.2015).

<sup>98</sup> A data de 28 de março é a do nascimento de Alexandre Herculano (1810-1877) que, como referido, foi a figura de grande destaque cultural que mais vezes denunciou, nas suas obras, o abandono do rico património cultural nacional.

O restauro pode incluir duas atividades: reconstruir a partir de partes dispersas de um edifício ou de um lugar, ou então demolir aquelas partes agregadas ou as alterações que se construíram ao longo do tempo.

Existem várias diretrizes para estas ações, a partir da *Carta de Atenas*, de 1939<sup>99</sup>. As maciças intervenções de restauro podem, também, tornar-se parte da reconstrução, ou seja, o artefacto pode assumir uma forma ou um aspeto completamente diverso daquele do passado<sup>100</sup>.

Existem numerosas teorias sobre o modo de intervir, para as quais se aconselha uma bibliografia especializada.

- Restruturação: são todas aquelas ações que dizem respeito à adaptação de um lugar a novas funções, com o intuito de manter, substancialmente, o seu carácter histórico.

O comportamento mais apropriado consiste em estabelecer usos compatíveis com as velhas estruturas das construções.

- Restauro urbano: são todas as ações diretas à recuperação dos antigos espaços urbanos, destinando-os a novas funções, principalmente ligadas ao turismo ou às atividades culturais.

A partir dos anos setenta, a cidade norte-americana de Boston e, de seguida, a de Baltimor, através da fórmula da parceria público-privada, reconverteram as áreas portuárias e centrais, até então obsoletas, em áreas de bar, restaurantes, hotéis e, em parte, em áreas residenciais (Hall, 2008).

Do mesmo modo, também na Europa, através da experiência inglesa, com a criação da agência governativa *Urban Development Corporations* (UDC), foram executadas obras urbanas de melhoramento, empregues em ações de infraestruturas do território (como por exemplo, o melhoramento dos transportes públicos) e em ações de incentivo económico ou prémios fiscais para as iniciativas privadas.

Ainda assim, tais medidas foram duramente criticadas; por exemplo, Hall (2008) sublinhou como tais iniciativas, fundamentadas principalmente sobre a especulação imobiliária, tinham, pelo menos, dois pontos controversos.

---

<sup>99</sup> A Carta de Atenas foi publicada em 1938, por iniciativa do arquiteto Le Corbusier, é um documento programático fundamentado sobre 93 pontos e é um manifesto programático para a nova cidade contemporânea. Em particular, os pontos 65-70 têm a ver com a gestão do património histórico (Cf. Di Biagi (1998) *La Carta di Atene. Manifesto e frammento dell'Urbanistica moderna*. Officina, Roma).

<sup>100</sup> O entendido *Restauro estilístico*. De facto, Eugène Viollet-le-Duc (1814-1879), principal teórico desta teoria, escreve: «Restaurar um edifício não significa conservá-lo, repará-lo ou refazê-lo, mas é restabelecê-lo num estado de completude que pode nunca ter existido num dado tempo» (Viollet-le-Duc E. (1982) *L'architettura ragionata. Estratti dal dizionario* Jaca Book, Milão, p. 226-227).

O primeiro compara a grande quantidade de dinheiro público com o capital privado investido e a segunda, por sua vez, analisa os conflitos e as tensões emergentes nas comunidades locais, excluídas de todo o processo de decisão. Este modelo foi replicado na maior parte das cidades europeias e do norte da América, segundo um modelo de gestão urbana, que Ferrão (2003) sintetiza desta forma:

- planos estratégicos apropriados desempenham um papel fundamental;
- projetos estratégicos que investem em áreas urbanas circunscritas e que utilizam os edifícios históricos, também pelo seu aspeto simbólico;
- uma estrutura de financiamento e gestão similar às Development Corporations;
- crescente interesse, dentro das políticas de gestão urbana, pelos problemas de ordem ambiental, social e cultural;
- desenvolvimento de ações orientadas para o marketing urbano.

Tais estratégias têm, também, encorajado o uso abusivo do património histórico para fins turísticos, comportando as seguintes vantagens:

- restauro dos edifícios históricos;
- revitalização dos edifícios históricos por meio de novas funções;
- diminuição do número de edifícios abandonados e melhoramento do ambiente urbano, com conseqüente melhoria da segurança e, em geral, da qualidade de vida dos residentes;
- aumento da renda fundiária e do valor dos imóveis.

Não obstante estas vantagens, as políticas de recuperação dos centros históricos nem sempre foram fáceis ou livres de problemáticas.

Orbaşali (2000) impulsionou as políticas de restauro urbano, distinguindo as seguintes dificuldades:

- divergência entre políticas de desenvolvimento e políticas dirigidas unicamente ao restauro conservativo;
- procura de um equilíbrio entre as exigências dos turistas e as dos residentes;
- manutenção de um alto nível de qualidade de vida para os residentes;
- no planeamento urbano, o centro histórico é visto, frequentemente, como uma parte separada do resto da cidade;

- as pressões e as transformações induzidas pela crescente pressão turística são, muitas vezes, excluídas na fase de planeamento urbano;
- dificuldade em medir o sucesso das políticas de restauro urbano.

Deste elenco, emergem cinco diferentes problemáticas. A primeira refere-se ao conflito entre exigências opostas, relacionadas com as escolhas de atuação das políticas de regeneração urbana.

Nos países em vias de desenvolvimento, existem maiores incentivos à modernização, em vez da conservação de formas urbanas e de estruturas arquitetónicas tradicionais, algo que é completamente oposto nos países avançados, onde a orientação para a conservação do património é muito mais presente (Timothy, Boyd, 2007).

Outro problema é o de encontrar um equilíbrio entre as necessidades de uma vida regular quotidiana dos residentes e, ao mesmo tempo, satisfazer as exigências dos turistas que, progressivamente, aumentam de número, gerando conflitos entre as duas populações (Van der Borg, Costa, Gotti, 1996).

O terceiro aspeto diz respeito, principalmente, à atividade de planeamento urbano. As áreas históricas não constituem uma parte separada do restante tecido urbano circunstante e da paisagem, tal como recomendam as mais recentes Cartas Internacionais de Restauro<sup>101</sup>.

Trata-se, assim, de uma nova abordagem científica ao problema, que não pode ser reduzida a uma simples ação de reprojetação, mas consiste numa verdadeira e própria *ação curativa* da cidade, que prevê a utilização de técnicas avançadas de restauro do edificado.

Têm que incluir também apropriadas políticas de revitalização económica e social, introduzindo, na área, serviços adicionais, com o intuito de tornar o lugar mais atrativo para os residentes e para os turistas: «num curto espaço de tempo, a revitalização material pode levar a um setor público atrativo e bem conservado, que projeta uma imagem positiva e encoraja confiança no lugar.

---

<sup>101</sup> Em particular: artº 10 da *Convenção de Granada*, 1985 (Convenção para a salvaguarda do património arquitetónico na Europa), artº 5 da *Declaração de Washington*, 1987 (Carta internacional para a salvaguarda das cidades históricas) e, por fim, artº 8 e 9 (no tema da paisagem urbana) da *Carta de Cracóvia*, 2000 (princípios para a conservação do património construído).

A longo prazo, é necessária uma revitalização económica, já que, em última análise, é o uso produtivo do setor privado que paga para a manutenção daquele espaço público» (Heath, Oc, Tiesdell 1996, p. 209).

Habitualmente, no campo do planeamento e gestão urbana, aborda-se o turismo apenas em termos de tráfego e de novos parques de estacionamento, enquanto - como demonstra a situação particular de algumas cidades europeias, invadidas por fluxos de pessoas, geralmente constantes ao longo de todo o ano, como Bruges, Salzburgo ou Veneza - as pressões exercidas, pelo turismo, no ambiente urbano, devem ter uma especial atenção.

A última problemática analisa o método de medição dos sucessos da renovação do centro urbano. Esta é uma temática de grande complexidade; na verdade, o processo de condução a uma nova utilização das áreas não é possível ser expresso através de um valor calculado empiricamente, mas é necessário considerar que estes processos são expressões de uma dinâmica variável no tempo (Heath, Oc, Tiesdell 1996, p. 209)<sup>102</sup>.

## **II.2.5 O turismo cultural: definições, origens, tipologias**

A dicotomia entre turismo e cultura pode, à primeira vista, parecer simples e imediata. No entanto, a relação entre os dois termos é de difícil enquadramento em definições unívocas.

Primeiro que tudo, ambos os termos, desde as fases primordiais do turismo, têm acolhido temporalmente novos conteúdos e significados. De facto, desde a Antiguidade existem diversas razões que impulsionam os homens a viajar: «qualquer que fosse o objetivo principal de uma viagem religiosa, comercial, científica ou militar, essa induzia uma certa componente que podemos definir como curiosidade intelectual» (Trippa, 2008, p. 237). Como tal, deduz-se que cada conhecimento adquirido numa viagem exprime, ainda que limitada, uma conotação cultural, como testemunhado pelos antigos escritos de viagens. Mesmo aqueles que viajavam na Europa da Idade Média deslocavam-se entre as antigas cidades de cultura para ver os grandiosos edifícios, como as catedrais ou as obras artísticas.

---

<sup>102</sup> Pode ser útil relatar, aqui, uma experiência direta. Em 2007, em conjunto com o Professor Sérgio Claudino, apresentámos, na conferência internacional "Città e sedi umane fondate tra realtà e utopia", realizada em Caserta, um trabalho científico intitulado *Almeida città militare portoghese verso nuove funzioni strategiche*. Este trabalho é totalmente focado sobre um possível projeto de desenvolvimento turístico de Almeida, uma antiga cidade militar a forma de estrela, cujo restauro da praça forte e das estruturas militares podem ser uma ferramenta valiosa para o desenvolvimento económico do território (De Iulio, Claudino, 2010).

A viagem, por motivos culturais, adquire uma maior consistência com o início do Grand Tour, a partir do séc. XVI. De facto, numa primeira fase, abrangia uma restrita elite social de aristocratas ingleses e concentrava-se, grosso modo, num percurso que partia de Paris, atravessava o vale do Ródano e passava pelas cidades históricas italianas. Posteriormente, abrange outras classes sociais, como a burguesia, aumentam os destinos de viagem, incluindo países como Portugal, Grécia e Médio Oriente.

Como destaca Pérez (2009), em meados do século XIX nasceu uma indústria turística que inclui agências de viagens, guias, hotéis, itinerários, etc., ferramentas necessárias para o desenvolvimento do turismo, sobretudo nesta fase onde as viagens têm uma forte marca cultural. Neste processo, identificam-se três figuras-chave:

1. O editor e escritor britânico John Murray (1808-1892), que escreveu guias de viagem e editou livros de Darwin, Livingstone e Borrow;
2. O editor alemão Karl Beadecker (1801-1859), o qual realizou viagens como incógnito, para se certificar dos conteúdos dos seus guias;
3. O agente de viagens britânico Thomas Cook (1808-1892), que começou por organizar excursões, em comboio, para os trabalhadores ingleses. O primeiro foi em 5 de Julho de 1841, com uma viagem entre Leicester e Loughborough, de 570 pessoas.

Em 1865, Cook transportou, para Itália, o primeiro grupo de turistas, composto por religiosos, médicos, banqueiros, engenheiros e comerciantes, e foi, assim, o inventor dos “pacotes turísticos”.

Como temos visto desde o início, foi confirmado o modelo de Plog, o da viagem *alocêntrica* e *psicocêntrica* (Plog, 1974).

Do mesmo modo, como se verá mais adiante, os turistas culturais de hoje posicionam-se nos dois extremos do espectro de Plog: existem turistas culturais alocêntricos, interessados em itinerários que incluem, por exemplo, os templos Maia ou Aztecas, e outros que são psicocêntricos, atraídos por cidades históricas como Roma, Paris e Londres (Timothy, Boyd, 2007).

Como já foi escrito, a natureza cultural do turismo é antiga, embora a ligação entre turismo e cultura seja relativamente recente e, muito mais, o conceito de “turismo cultural”. Tal está estritamente relacionado com a evolução do significado do termo cultura que, no decorrer do último século, sofreu uma ampliação do seu campo de interesse, tanto que se tornou uma tarefa árdua definir, com precisão, o termo turismo cultural, onde «a magnitude e até mesmo os produtos individuais resultam de difícil determinação, não só pela falta de estatísticas adequadas (à exceção daquelas - nem sempre pertinentes - que



dizem respeito às entradas nos museus e às movimentações nas *idades do património*), mas também porque é difícil compreender o turismo cultural» (Cusimano, 2008, p. 43)

Na mesma linha, Pérez (2009) esclarece mais detalhadamente a diferença entre o turismo convencional e de massas e aquele cultural. Este último apresenta-se como uma alternativa ao turismo de sol e praia mas, num sentido mais genérico, o turismo pode ser entendido como uma prática cultural, pelo que falar em “turismo cultural” é uma reiteração.

Assim, não pode existir uma forma de turismo sem cultura, pois o turismo é uma expressão cultural. Em termos filosóficos, toda a prática turística é cultural.

Segundo a Organização Mundial do Turismo, amplamente aceite pela Comissão Europeia (1995), o turismo cultural é uma forma de turismo que converge para as deslocações com motivações principalmente culturais, como viagens de estudo, visitas a museus e a monumentos, assistir a representações teatrais (etc.) e, em geral, todas as formas de mobilidade aptas a melhorar o nível cultural dos indivíduos - uma definição que não é consensual.

Nos últimos anos, no entanto, o campo de estudo é estendido. A Associação Europeia para a Educação Turismo e Lazer (ATLAS), dentro do Projeto de Investigação em Turismo Cultural, define este fenómeno como «o movimento de pessoas para as atrações culturais de distância do seu local de residência com a intenção para adquirir novas informações ou experiências para satisfazer as suas necessidades culturais» (Richards, Bonink, 1995).

É, portanto, mais correto falar de diferentes formas de turismo cultural, a partir do objeto da visita<sup>103</sup>. São duas as abordagens fundamentais para entender o turismo cultural (Richards, Bonink, 1995):

- a perspectiva dos lugares e dos monumentos. Implica descrever os tipos de atrações visitadas e pensar a cultura como um simples produto. Desde o ponto de vista da estratégia, esta seria fundamentalmente quantitativa;
- a perspectiva conceptual questiona os porquês e como as pessoas veem e praticam turismo cultural. Ao nível da investigação, implica uma abordagem mais qualitativa.

---

<sup>103</sup> As definições de turismo cultural atualmente disponíveis na literatura científica são inúmeras, destacando, nós, aquela estabelecida pela World Tourism Organization: «Cultural tourism in its literal meaning includes the movement of people driven by a motivation of a cultural nature, such as that which motivates travel for study, visit to museum or monuments, pilgrimages and participation in artistic or folklore events. In a broader meaning, we can include under this heading all forms of movement in space of individuals or groups, because they satisfy the human need to confront diversity, they tend to raise the level of knowledge, and they generate new experiences and new meetings».

Partindo desta distinção, Timothy e Boyd (2007) fazem uma outra muito pertinente, entre *turismo cultural* e *heritage tourism*.

O primeiro é mais orientado para uma visita dos lugares que apresentam um produto com um mais alto grau de elaboração e interpretação, enquanto o *heritage tourism*, parte do próprio conceito de *heritage* e qualifica a observação dos lugares e dos objetos que podem envolver mais o observador, fundamentando-se mais nas motivações e impressões dos turistas, do que nas características específicas do lugar<sup>104</sup>.

O segundo, *heritage tourism*, é definido como «um subgrupo de turismo, no qual a motivação principal da visita de um local se baseia nas suas características, dependendo da percepção que os turistas têm do próprio *heritage*» (Timothy, Boyd, 2007, p. 5).

Por outras palavras, trata-se de uma distinção do conteúdo da experiência turística. O *cultural tourism* é mais ligado à esfera da interpretação do bem visitado, o *heritage tourism*, ao contrário, é mais ligado ao grau de envolvimento dos turistas e depende do próprio conceito de cultura.

Pérez (2009) afirma que são redutoras as divisões rígidas, em duas perspetivas de abordagem do turismo cultural, definidas por Richards e Bonink (1995). Por isso, o autor sugere um cruzamento entre elas, que podem originar mais perspetivas de estudo:

- turismo cultural como experiência psicossocial: o turismo é considerado como uma fonte de participação em novas e profundas experiências culturais estéticas, intelectuais, emocionais e psicológicas. Como já escrito anteriormente, alguns autores afirmam que a experiência turística dos viajantes do passado era muito semelhante à dos turistas culturais atuais. O turismo cultural deixou de ser uma forma de turismo antes reservada a pessoas com um capital cultural específico, mas algumas das experiências daqueles viajantes do passado são semelhantes às dos turistas culturais atuais. Zeppel e Hall (1992) consideram o turismo cultural como um turismo experiencial, que tem como base a experiência de artes visuais, artes manuais e festividades. Segundo os mesmos autores, o turismo patrimonial também deve ser considerado como experiencial e cultural. A visita a paisagens, sítios históricos, edifícios ou monumentos estimula as vivências sensoriais (sons, odores, cores, ambiente), sociais (relações com os outros, hospitalidade, bem-estar, segurança, diversão), culturais (eventos, festivais, atividades, alojamento, restauração, enriquecimento) e económicas (relação qualidade do serviço-preço,

---

<sup>104</sup> Nestes casos, os americanos utilizam a expressão onomatopeica de surpresa *WOW-experience* (Timothy, Boyd, 2007).

relação custo benefício da vivência, acessibilidades e transportes). Este princípio orienta a corrente do marketing experiencial, que converte as experiências em produtos turísticos; o consumidor compra não bens e serviços, mas a vivência de experiências e sensações.

- turismo cultural como processo de mercantilização da cultura: hoje em dia, o turismo cultural tem-se convertido numa forma de produção cultural. Desta forma, podemos considerar o turismo cultural como um guarda-chuva conceptual para um conjunto de atividades e, também, uma forma de diferenciação no turismo. De facto, o sistema capitalista dominante e os seus instrumentos de marketing segmentam o mercado turístico com fins mercantilistas, isto é, com o objetivo de atingir e “conquistar” subgrupos sociais específicos. Desta forma, o turismo cultural pode ser entendido como uma etiqueta de distinção social do produto turístico e da prática turística, o que faz com que se construam identidades diferenciadas nas suas práticas rituais. O turismo, portanto, instrumentaliza a cultura que, posteriormente, converte num produto mercantil. Esta mercantilização da cultura pelo turismo, claro que pode produzir impactos positivos ou negativos. Entre os primeiros, destacam-se o desenvolvimento e a revitalização de identidades culturais, a redescoberta das tradições, a autoconsciência local face aos visitantes, a revitalização do sentido identitário, o desenvolvimento económico de regiões em crise. Entre os segundos, o excesso de mercantilização pode converter a cultura numa mercadoria-ritual espetacular, banal, massiva, passiva e superficial. Portanto, o turismo cultural torna-se uma etiqueta comercial para vender cultura e património cultural, sendo estes convertidos em simples produto comercial. Assim, o binómio cultura-turismo é o resultado dos processos de mercantilização e reificação da cultura e do património cultural. A produção de turismo cultural é impulsionada por empresas, sociedade civil e políticas estatais, regionais e locais, que integram o local na economia e na política globais. Desde os anos 1990, diversificam-se os tipos de turismo, para se adaptar às novas procuras, originando, assim, novos produtos (ex.: turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural). Ao mesmo tempo que a oferta turística se diversifica, também se segmenta e se adapta a novos nichos de mercado turístico. Neste sentido, o turismo cultural nem sempre significa aprendizagem e educação intercultural.
- turismo cultural como tendência para a nostalgia: Pérez (2009) menciona os estudos do sociólogo britânico John Urry (1990), que define o turismo como um consumo de bens e serviços consumidos, porque geram experiências agradáveis e

diferentes da nossa vida quotidiana. Portanto, o turismo pode ser entendido como uma atividade do tempo de lazer (oposta ao tempo de trabalho), mas também como uma forma de distinção social, como se referiu antes. O autor britânico afirma, também, que a causa do auge e da decadência dos locais tradicionais de férias (praia e montanha) tem a ver com o processo de fragmentação da identidade social. Se, no passado, as férias estavam orientadas em função do tempo de verão e da família, hoje em dia esta situação mudou e foram reinventados novos tipos de turismo, com o objetivo de recriar essas novas identidades sociais.

Em geral, a sociedade pós-moderna é caracterizada por tipos de vida social associados a um tempo de descontentamento, desassossego, desencontro e a perda dos velhos valores e modelos. Nesta situação, prevalece uma tendência para a nostalgia, que se manifesta numa atração nostálgica pelo património cultural, entendido como representação simbólica da cultura e um ponto de referência contra a dissolução pós-moderna. Tudo isto potencia o turismo, especialmente o turismo cultural.

- turismo cultural como curiosidade e aprendizagem: nesta perspetiva, a curiosidade tem um papel muito importante. A curiosidade é entendida como o interesse dos sujeitos pela formação, que pode afetar o próprio património cultural, e pela criação cultural de outros países. Pérez (2009) distingue duas posições ligadas ao turismo cultural. A primeira, refere-se ao turismo cultural numa perspetiva histórica, onde a curiosidade humana para a alteridade é o fio condutor que relaciona as viagens do Grand Tour com o atual turismo cultural. A segunda, entende o turismo cultural como a visita a outras culturas e sítios para aprender sobre a gente, conhecer o seu modo de vida, o património cultural e as suas artes. Nesta ótica, o turismo cultural é uma viagem na procura de conhecimento, para enriquecimento pessoal, para aprender sobre os outros, os seus modos de vida- e sobre nós mesmos. O turismo cultural tem o sentido de satisfazer, deste modo, a curiosidade humana e o desejo humano de conhecer como os outros vivem.

Mas o turista nem sempre aprende sobre o outro. Em geral, a maioria destes interessa-se mais pelos monumentos do que pela gente e pelos seus problemas quotidianos, podendo apenas ficar-se pela confirmação dos seus estereótipos e perceções sobre o outro, sem chegar a conhecer, aprofundadamente, a cultura dos outros.

- O turismo cultural como fuga para o “outro”: nesta perspetiva, entende-se o turismo cultural como uma fuga das rotinas quotidianas para procurar a paz, a tranquilidade

e os sítios de interesse cultural. Esta viragem da vida quotidiana é vista como uma necessidade universal de todas as sociedades e o turismo nasce, assim, como uma oportunidade de mudança, por meio da deslocação física.

Segundo alguns autores, como salienta Pérez (2009), o turismo oferece um mito do outro como o primitivo, o exótico, o diferente. O turismo cultural representa um guarda-chuva para recolha das experiências turísticas com base na cultura.

- O turismo cultural como peregrinação moderna: nesta perspetiva, o turismo cultural converte a cultura numa espécie de sacramento com as suas litúrgias espaciais específicas e os seus templos (ex.: museus, centros culturais...). Vivemos numa sociedade que se reapropria da cultura como nova religião. Alguns autores, como Ory (1993), falam do turismo como a versão laica e moderna de relação com o sagrado e, neste sentido, o turismo cultural é entendido como um rito que celebra a cultura como um substituto moderno da religião.
- turismo cultural como procura de atrações histórico-culturais: esta perspetiva sublinha uma visão historicista do turismo cultural, entendido como um olhar experimental sobre o passado. Mas como explica Richards (2000), o turismo cultural produz, vende e consome, no presente, obras do passado, mas também que é a partir do presente que atribuímos valores aos legados culturais. O turismo cultural é, portanto, uma forma de turismo que tem por objeto central o conhecimento de monumentos, sítios históricos e artísticos, ou qualquer elemento do património cultural. Determina um efeito positivo sobre estes, porque contribui para a sua conservação, mas também, de alguma forma, pode provocar efeitos negativos, que podem ser evitados por meio da educação e de medidas políticas concretas.
- turismo cultural como indústria de representações da cultura: esta perspetiva baseia-se sobre a visão de que o turismo é uma experiência de pseudoeventos, inautêntica e irreal, resultado da sociedade de massas e da alienação. As culturas indígenas apresentar-se-iam e representar-se-iam de forma superficial, produzindo-se um processo de uniformização dos destinos turísticos. Cohen (1972, 1979, 1988) recorda-nos que existe uma diversidade de turistas, de tipos de turismos e de experiências turísticas. Neste contexto, destaca-se que nem todos os turistas procuram autenticidade nas suas experiências e, em particular no turismo cultural, é mais fácil confundir a autenticidade do destino turístico com a autenticidade das pessoas (Urry, 1990). A falta de autenticidade dos pseudoeventos turísticos seria resultado das relações sociais do turismo, mas não da procura do turista. É por

isso que todas as culturas são, em certo sentido, inautênticas, ainda que a experiência turística as pense e as consuma como autênticas.

A cultura tornou-se, assim, um recurso fundamental na indústria turística, todos os aspetos da cultura são vendidos aos turistas, como a história, as cerimónias rituais, os modos de vida, etc.

- turismo cultural como uma forma específica de viajar: esta perspetiva analisa o turismo cultural segundo o ponto de vista dos consumidores e do consumo. Podemos entender, assim, o turismo cultural como viagem e não como turismo, como forma de viajar específica que procura a diferença cultural. Desta forma, Ortiz (1998: 1) explica-nos em que medida a viagem é uma metáfora de enriquecimento cultural individual, um caminho com provas e fronteiras para atravessar. O turismo cultural seria um “soft tourism” para grupos mais pequenos, de pequenos promotores, mais interativo, mais para entender e compreender. Portanto, o turismo cultural não é definido só como um conjunto de produtos, mas é como a forma de se relacionar com estes produtos e com as pessoas que nos acolhem. Nesta ótica, o investigador do turismo cultural, Greg Richards (2000), vai definir a cultura desde um ponto de vista antropológico, como o conjunto de crenças, ideias, valores e modos de vida de um grupo humano (aspeto moral da cultura), mas também como os artefactos, a tecnologia e os produtos de um grupo humano (aspeto material). Para este autor, um exemplo de turismo cultural seria visitar lugares de interesse cultural e monumentos, ou consumir o modo de vida das culturas visitadas. Também é certo que, para este autor, a cultura é entendida como um processo de transmissão de ideias, valores e conhecimentos, portanto, o turista cultural consome produtos que procedem do passado, mas também da cultura contemporânea e assim como experiências e estilos de vida de um grupo humano ou região. Em relação ao aumento do consumo de turismo cultural e patrimonial, este é explicado por autores como Walsh (1991), pelo acréscimo do interesse de novas classes médias pela procura deste tipo de produtos. Na mesma linha, Richards (1996 e 2003) afirma que o acréscimo no número de visitas culturais se relaciona com o aumento do número de atrações culturais a visitar, isto é, alarga-se cada vez mais o conceito de cultura, de produção cultural e de consumo cultural, em constante redefinição e segmentação pelo mercado e pelos agentes produtores.

Mais recentemente, numa pesquisa realizada pela ATLAS (Associação de Turismo e Educação Lazer)<sup>105</sup> foram identificados dois fatores principais, que impulsionam a procura para o turismo cultural, no âmbito da União Europeia.

Primeiro, a crescente oferta de atrações culturais sempre estimula mais turistas para fazer visitas culturais e, em segundo lugar, o mais alto nível de educação torna a cultura acessível a um público mais vasto.

Tudo isto leva a uma evolução do mercado de turismo cultural e a um aumento geral na procura da cultura tradicional e do património, à cultura contemporânea e criatividade.

Ao mesmo tempo, regista-se a tendência de muitos turistas para procurar experiências mais "criativas".

O crescimento do *turismo criativo* é visível, hoje, em muitas regiões, apesar de estar presente em várias formas, como "férias de pintura", as "aulas de culinária" ou "a colheita" e as áreas mais promissoras para o futuro do turismo cultural incluem moda, design, arquitetura e dança (Richards, 2008).

As mudanças na procura também terão impacto sobre as atrações culturais tradicionais, tais como museus.

Se de facto, no passado, os museus eram lugares sagrados, "fábricas de pensamento" responsáveis pela conservação e exposição da "cultura oficial", agora, cada vez mais, eles tendem a apresentar-se como instituições abertas e flexíveis.

No passado, os mediadores mais importantes das experiências de turismo cultural surgiram na história da arte, por pessoas que sabiam o valor da arte e do património. Hoje, testemunhamos o surgimento de uma nova "raça" de mediadores criativos, em muitos casos não provenientes da indústria cultural, nem o turismo. Os produtos turísticos criativos e as experiências são, de facto, projetados por arquitetos, designers, enólogos, produtores de multimédia e muitos outros das "indústrias culturais". A arte, muitas vezes, combina diferentes elementos da experiência - ensino, estética e entretenimento - numa única atração. Nesse sentido, nos museus, nos parques temáticos os arquitetos e designers podem assumir um papel cada vez mais importante no turismo cultural (Richards, 2008).

---

<sup>105</sup> [http://www.atlas-euro.org/sig\\_cultural/tabid/79/language/en-US/Default.aspx#2007](http://www.atlas-euro.org/sig_cultural/tabid/79/language/en-US/Default.aspx#2007) (último acesso 30.05.2016)

Neste contexto, o novo turista é o consumidor de experiências e investigador de emoções e, por conseguinte, um sistema cultural territorial não deve coincidir com a soma algébrica do património existente no território, tal como entendido tradicionalmente o recurso turístico (como poderia ser uma bela paisagem, uma cidade de património). Pelo contrário, o território deve estimular a criatividade do turista, através de emoções e sensações únicas. O Quadro 12 mostra um esquema de síntese.

<b>TIPOLOGIA DE TURISMO</b>	<b>TEMPO</b>	<b>TIPO DE CULTURA</b>	<b>TIPO DE PRODUTO</b>
Turismo do património	Passado	Cultura “alta”	Monumentos, belas artes
Turismo cultural	Passado e presente	Cultura “alta” e cultura popular	Bens culturais
Turismo criativo	Passado, presente e futuro	Cultura “alta” popular e de massa	Experiências

Fonte: Richards, 2008 a, p. 129.

Quadro 12 - Evolução dos tipos de turismo cultural.

## **II.2.6 O turismo cultural: a oferta**

O turismo cultural tem-se convertido numa forma de produção e consumo de determinados bens e produtos culturais, daí que lhes devemos prestar atenção (Pérez, 2009). A definição que Tighe (1986, p. 2) deu de turismo cultural resume alguns destes elementos a considerar: «The term cultural tourism encompasses historical sites, arts and craft fairs and festivals, museums of all kinds, the performing arts and the visual arts and other heritage sites which tourists visit in pursuit of cultural experiences». Nesta definição, o turismo cultural é entendido como um tipo de turismo “experiencial”, através do qual os turistas contactam com produções culturais (ex.: artes visuais, artes manuais, festivais, festividades) e com património cultural (sítios históricos, paisagens, arquiteturas, “bens patrimoniais imateriais”). De uma maneira mais detalhada, a oferta de turismo cultural



está baseada em vários tipos de *atrações*<sup>106</sup>. Estas podem ser classificadas de várias maneiras; por exemplo, em função da sua consistência, material ou imaterial, da sua natureza, bens móveis e imóveis, e em bens naturais ou artificiais.

Provavelmente, a classificação mais pertinente é aquela relacionada com o grau de interesse. Podem existir atrações de nível internacional (ex. o coliseu de Roma) e, por outro lado, atrações de nível local.

Muitas destas, moveram visitantes durante séculos, como fizeram as Pirâmides do Egito e outras têm uma atratividade mais recente, como acontece com os testemunhos dos nativos americanos.

Daqui entende-se como a oferta pode crescer substancialmente em dois modos: com o aumento de descobertas de novos lugares e vestígios do passado, ou através da valorização das atrações já existentes, talvez por meio de operações de restauro, em caso de lugares ou edifícios, ou ainda com equipamentos de exposição apropriados, se se considerarem bens móveis. Pretice e Cooper (1994) propõem um amplo elenco de atrações, que engloba desde sítios arqueológicos, a museus, centros históricos, paisagens, etc. (Quadro 13).

Atrações naturais	Reservas, itinerários naturais, parques, jardins, geosítios
Atrações científicas	Museus da ciência e da tecnologia
Atrações ligadas aos lugares produtivos	Quintas, fábricas, vinhas, minas, artesanato
Atrações ligadas aos transportes	Museus ferroviários, ferrovias, canais, portos
Atrações socioculturais	Exposições, museus históricos, galerias
Atrações ligadas a personagens históricas	Casas e lugares ligados a escritores, artistas
Atrações ligadas ao espetáculo	Teatros, circos
Parques temáticos	Parques da memória, parques de aventura
Festas e espetáculos populares	Feiras, festivais, festas temáticas
Castelos e palácios	Casas senhoriais, castelos, fortalezas, vilas
Atrações religiosas	Catedrais, mosteiros, abadias, mesquitas, locais de culto
Atrações militares	Campos de batalha, arsenais, campos de prisioneiros, museus
Cidades e paisagens urbanas	Centros históricos, ambientes urbanos
Vilas e aldeias	Aglomerados rurais, arquitetura rural
Regiões	Zonas e regiões históricas

Fonte: adaptado e simplificado de Prentice e Cooper, 1994, p. 129.

Quadro 13 - Tipos de atrações turísticas.

<sup>106</sup> As *atrações* de um território são o conjunto dos elementos que o caracterizam fortemente, quer a nível das funções, quer a nível ambiental e económico, capazes de atrair (ou por oposição afastar) determinadas categorias de procura (Caroli, 2006).

Nesta classificação, é possível que se possam verificar inevitáveis sobreposições e que nem todas as atrações tenham a mesma capacidade de atrair visitantes - sendo algumas mais populares que outras.

Naturalmente, o grau de atração depende da atividade turística considerada. A título de exemplo, um determinado recurso cultural, por mais dotado que seja de um grande valor intrínseco, não exerce a mesma atração em todos os potenciais visitantes. A capacidade de atração depende de um conjunto de elementos que se preocupam com (Formato, 2006):

- fatores intrínsecos, ou seja, a singularidade e o valor da atração. No entanto, o último, embora seja condição necessária, não é suficiente para, sozinho, gerar uma procura;
- fatores exógenos, tais como a acessibilidade e o usufruto; a capacidade de promoção e valorização da atração; a extensão da procura – objetivo e, por fim, a concorrência exercida pelas atrações direcionadas aos mesmos segmentos de procura.

Quanto maior é o valor intrínseco da atração (o carácter de exclusividade), mais ampla será a sua bacia geográfica de atração; recursos culturais, como as áreas arqueológicas de Pompeia e Herculano, os Fóruns de Roma, a Grande Muralha da China ou os locais Maias, por exemplo, têm características tão únicas que a sua bacia de procura coincide com o grande mercado de turismo cultural internacional. Recursos menos conhecidos limitam-se a segmentos mais restritos ou de nicho ou, ainda, a uma bacia geográfica de procura de dimensão local.

Partindo destes pressupostos, é possível proceder a uma catalogação dos diversos tipos de turismo cultural.

É, assim, possível distinguir (Formato, 2006):

- **o turismo cultural do território**, estreitamente ligado ao ambiente, à enogastronomia, ao artesanato artístico e às tradições populares;
- **o turismo dos eventos e das manifestações culturais**, no que concerne aos eventos temporários, como concertos, festivais, etc.;
- **o turismo urbano**, caracterizado pelos aspetos próprios das experiências de vida nas grandes cidades e tudo o que a cidade pode oferecer, como o shopping, a possibilidade de relações culturais com diversas etnias, etc.;

- **o turismo de cultura**, ou seja, as visitas aos museus, aos sítios arqueológicos, aos monumentos, etc.;
- **o turismo da formação**, orientada à satisfação da procura de formação, como os cursos de língua ou os cursos master qualificados.

Entre estas macroáreas, é possível fracionar o fenómeno, individualizando novas tendências e orientações, como o turismo induzido pela “cultura de massa”, particularmente significativo nas últimas décadas, onde os estímulos e as sugestões determinadas pelos espetáculos de entretenimento televisivo, cinematográfico<sup>107</sup> e musical determinaram o sucesso turístico dos locais que foram cenário das histórias e dos acontecimentos narrados<sup>108</sup> (Albanese, Cristini, 2007).

No entanto, surge reforçada a ideia de que, com a afirmação de um complexo modo de vida que define a nossa época, a orientação que prevalente da oferta turística parece estar direccionada para se propor uma crescente variedade e a contaminação entre diferentes turismos; mais inclinados à realização de umas férias polivalentes, com conjunto de experiências e oportunidades de lazer diferentes, integradas entre si (*total leisure experience*).

Tal compreende, também, o investimento no turismo cultural, onde o aspeto experiencial é, seguramente, uma componente fundamental, que se exprime sempre mais inovador e original, colocando o território, com as suas peculiaridades mais autênticas, no centro do consumo turístico.

Neste sentido, Greg Richards (2003) esclarece que a oferta de turismo cultural pode integrar os produtos culturais do passado (ex.: o património cultural) e também os produtos culturais contemporâneos e os modos de vida das pessoas de um local turístico. Desta forma, não se reduz turismo cultural a turismo patrimonial ou turismo das artes. O sucesso de um produto turístico-cultural vai depender da compreensão que o produtor tem, das necessidades do consumidor. O que acontece é que, muitas vezes, as organizações turísticas desenham produtos e só depois tentam procurar compradores, em vez de desenhar produtos para as necessidades do mercado (du Cros, Mckercher, 2015).

---

<sup>107</sup> Na literatura anglo-saxónica fala-se de *film-induced tourism* e *movie-induced tourism* (Timothy e Boyd, 2003).

<sup>108</sup> Sempre neste contexto, é possível incluir o *dark tourism*, ou seja, a visita de lugares objeto de hediondos eventos atuais ou de cataclismos naturais, como terremotos e aluviões. É também oportuno recordar que, já no século XIX, muitos viajantes europeus, como é referido numa vasta literatura, eram atraídos pela visita da cidade de Lisboa, após o catastrófico terremoto de 1755 (De Iulio, 2010a,b).

O Quadro 14 que se segue propõe uma sistematização das possíveis formas de turismo cultural, a fim de oferecer ao leitor um quadro mais claro e orgânico.

TIPOS DE TURISMO	PRODUTOS E/OU LUGARES DE CONSUMO	NOVAS TENDÊNCIAS
Turismo do território	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Culturas locais e identidade</li> <li>- Localidades gastronómicas e enológicas</li> <li>- Pequenas <i>ciudades do património</i></li> <li>- Festivais locais</li> <li>- Representações sagradas e rituais</li> <li>- Evocações históricas</li> <li>- Os ecomuseus</li> <li>- Parques literários</li> <li>- Parques culturais</li> </ul>	Etno-turismo, turismo enogastronómico, slow travel
Turismo do entertainment	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cinema e Festival</li> <li>- Produções televisivas</li> <li>- Espetáculos de música, dança, opera, dramas</li> <li>- Eventos desportivos</li> <li>- Parques temáticos e shopping malls</li> </ul>	Cine-turismo
Turismo urbano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espaços de agregação (wine bar, docas, discotecas, etc.)</li> <li>- Multiculturalidade e contaminação cultural</li> <li>- Design e Arquitetura de <i>archistars</i></li> <li>- Moda e <i>italian style</i></li> <li>- Os hotéis de arte</li> </ul>	Minority travel
Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros históricos</li> <li>- Museus</li> <li>- Castelos, casas históricas, lugares de culto</li> <li>- Exposições</li> <li>- Sítios arqueológicos</li> <li>- Bibliotecas</li> </ul>	
Turismo da formação	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação (cursos de língua, master, viagens de estudo, etc.)</li> </ul>	Estaleiros de restauro

Fonte: Cusimano, 2008, p. 29, reelaborado pelo autor.

Quadro14 - Tipos de turismo cultural.

Nesta ótica, tal como é evidenciado no Quadro, é possível perceber que o turismo cultural não está restrito apenas a um segmento da oferta turística, endereçada exclusivamente aos tradicionais lugares de valor histórico-artístico ou monumental, mas resulta num produto variado e heterogéneo, uma prática turística que vê crescer, progressivamente, o

próprio território de utilização, tornando-se, seguramente, uma das formas mais significativas do turismo pós-moderno.

Porém, Butler e Airey (2001) clarificam que o sucesso turístico de um bem cultural não está tanto ligado ao seu valor individual, mas relaciona-se, principalmente, com as formas de construção mental, determinadas pelos processos comunicativos sociais.

Assim, o turismo cultural representa, seja pela grande riqueza do património cultural, presente praticamente em todos os países da União Europeia, seja pela capacidade de satisfazer as expectativas e as necessidades do turista pós-moderno, uma secção estratégica para a futura política turística europeia<sup>109</sup>.

A passagem do turismo moderno (na qual a mais importante conotação é a de superar o turismo de massa), para formas mais evoluídas, definidas pelos especialistas do setor como *turismo pós-moderno*, segundo Uriely (2005), assenta essencialmente sobre duas grandes transformações, que terão constituído a base cultural desta alteração.

A primeira, supera o conceito de férias como forma de evasão dos hábitos e da regularidade da vida quotidiana, através de uma visão que faz da experiência turística um aprofundamento e uma ampliação do mundo experiencial habitual do indivíduo.

Assim, realça-se a progressiva afirmação de uma visão poliédrica do turista, que coloca em evidência a diversidade cultural, social e relacional e, por conseguinte, a multiplicidade das experiências requeridas pelo período de férias.

Salienta-se a evolução da relação entre os residentes e a própria cidade, ocorrida nos últimos trinta anos do séc. XX, na maior parte dos países industrializados, como destaca Battilani (2009): a nítida separação entre os modelos de vida na cidade residencial e na estância turística, no período da revolução industrial, sofreu uma posterior distinção, sobretudo pelo efeito da especialização funcional dos centros urbanos que seguiram o desenvolvimento turístico.

Desta maneira, registou-se uma rígida distinção nos modos de vida entre as cidades, em que tudo estava direcionado para a produção e para o trabalho e as cidades são caracterizadas por uma função lúdica e por um consumo do tempo livre.

---

<sup>109</sup> Como prova disso, basta referir o documento da Comissão Europeia COM (2010) 352 de 30.06.2010 onde, na pág. 2, se lê: «o turismo, enquanto atividade que abrange o património cultural e natural, bem como as tradições e as culturas contemporâneas da União Europeia, ilustra de forma exemplar a necessidade de conciliar crescimento económico e o desenvolvimento sustentável, sem esquecer a dimensão ética. Trata-se também um instrumento importante para reforçar a imagem da Europa no mundo, projetando os nossos valores e promovendo o interesse pelo modelo europeu, que é o resultado de séculos de intercâmbios culturais, de diversidade linguística e de criatividade».

Todavia, entre os anos sessenta e setenta, as profundas alterações na economia, causadas pela crise do modelo taylor-fordista<sup>110</sup> e a afirmação de novos modelos socioculturais impulsionaram a alteração de tais especializações.

Em primeiro lugar, um maior bem-estar e uma diferente qualidade de vida impuseram-se à requalificação das cidades industriais; secundariamente, o início de um longo processo de desindustrialização gerou graves problemas na reconversão das atividades económicas e na redefinição da identidade urbana.

Assim, as cinzentas cidades industriais começaram o processo de requalificação, de maneira a superar o *gap* entre a atração (qualidade distintiva das cidades turísticas) e a eficiência (qualidade típica das cidades industriais) que acompanhou os primeiros anos da década de oitenta, de maneira a atrair os homens e o capital.

As administrações locais passaram de uma visão em que a intervenção pública era centrada no fornecimento de infraestruturas basilares, para políticas de valorização urbana, compondo um verdadeiro e próprio produto turístico.

Estas começaram a investir no *place marketing*, que rapidamente se propôs como principal força motriz do desenvolvimento económico urbano: a administração local, de simples gestor de recursos, assumiu, através da constituição de escritórios específicos, uma conotação quase empresarial, criadora de novas imagens e produtos.

Obviamente, tudo isto tornou-se possível quer graças ao aumento do rendimento disponível das famílias, quer por uma maior capacidade de despesa das administrações municipais que puderam, de tal modo, empenhar-se, numa progressiva requalificação urbanística das áreas centrais, graças à qual foi possível iniciar a exploração turística nas vilas antigas e nas zonas de grandes aglomerados urbanos. As repercussões sobre o turismo foram duplas.

Desde logo, com o aumento do rendimento familiar, consolidou-se a procura, por parte de uma ampla faixa de população urbana, de estruturas tradicionalmente ligadas ao turismo,

---

<sup>110</sup> Derivam do nome do engenheiro americano Frederick Winslow Taylor (1856-1915) e do industrial Henry Ford (1863-1947). Taylor impôs-se como um radical inovador dos métodos de trabalho e, com a publicação do seu livro, em 1911, *The principles of scientific management*, fundou a organização científica do trabalho e o *scientific management*. Estes estão baseados num conjunto de princípios operacionais que podem ser resumidos em dois pontos principais: o estudo dos processos de trabalho e a decomposição, em unidades individuais de operação, do processo de produção industrial. O termo fordismo, surgido do nome do industrial Ford, em 1917, promoveu uma política de contratação de operários com um salário de cinco dólares por dia (*five dollars a day*), numa altura em que os salários eram, em média, cerca de três dólares por um trabalho equivalente (horas de trabalho e tarefas). Em troca, Ford exigiu dedicação absoluta ao trabalho, o que lhe permitiu pôr em prática um conjunto de técnicas derivadas do Taylorismo (o trabalho em cadeia, a fragmentação do trabalho, o aumento da especialização, etc.), graças às quais os ganhos de produtividade permitiram o pagamento de salários relativamente elevados e de obter os benefícios mais elevados de toda a indústria dos EUA (Usai, 2011).

como por exemplo as várias atividades culturais organizadas, que incluem museus citadinos ou a construção de parques temáticos.

Outra consequência diretamente relacionada com a capacidade de despesa pública, foi o aparecimento de cidades que, tradicionalmente, representavam centros emissores de fluxos turísticos e que, em alguns casos, obtiveram, pela primeira vez, o papel de destino turístico<sup>111</sup>.

O segundo aspeto está, por sua vez, ligado à emergência de uma certa sensibilidade, tanto por parte dos investigadores, como por parte dos consumidores dos serviços turísticos; uma orientação que privilegia as escolhas individuais e a procura das diferenciações do produto, até ao limite extremo da personalização.

A partir dos anos oitenta, começaram a difundir-se os percursos literários, as estradas do vinho, etc.

Não é por acaso que a passagem do turismo de massa, para o pós-moderno, é assinalada pelo interesse na redescoberta da autenticidade do território, do seu ambiente natural e da sua realidade sociocultural.

A história e a cultura tornam-se, assim, possíveis linhas distintivas dos produtos turísticos e dos lugares (Garibaldi, 2012).

Neste sentido, justifica-se a proposta de itinerários urbanos baseados na valorização do património cultural da cidade, entendido não só como um conjunto de artefactos artísticos, mas também como conservação e valorização da memória coletiva.

Basta recordar a proliferação, ocorrida também nas pequenas vilas, de festas medievais e a reconstrução de eventos históricos em particular, ou ainda os festivais dedicados a períodos específicos do ciclo agro-pastoril.

## **II.2.7 O turismo cultural: a procura**

Como já foi referido anteriormente, a procura do turismo cultural, nas últimas décadas, está em forte crescimento. Zeppel e Hall (1992) atribuem o aumento deste segmento turístico ao maior interesse nas artes e no património cultural, resultados de um maior bem-estar, um maior nível de instrução, uma melhor mobilidade e mais tempo livre.

---

<sup>111</sup> É aqui possível fazer uma outra distinção: cidades ex-industriais, que se transformam, pela primeira vez, em destinos turísticos, consequência de importantes alterações urbanas, como é o caso de Manchester, em Inglaterra; e cidades que se propõem no cenário turístico, como algumas cidades italianas do Grand Tour que, durante o decorrer do século passado, por perversas políticas de desenvolvimento industrial, perderam o papel de destino turístico, como é o caso de Nápoles.

Pérez (2009) esquematiza as características sócioeconómicas do turista cultural na seguinte lista:

- Visitantes estrangeiros de idiomas e bagagens culturais diferentes;
- Cidadãos do próprio país, que procuram uma relação mais aprofundada com o património cultural;
- Residentes locais que procuram um conhecimento mais aprofundado do território que habitam;
- Pessoas com rendimentos acima da média;
- Pessoas que gastam mais;
- Pessoas que passam mais tempo num mesmo sítio;
- Pessoas com mais probabilidade de alojamento em hotéis;
- Pessoas cultas e provavelmente mulheres;
- Jovens que procuram experiências culturais intensas e pouco estereotipadas.
- “Whoppies” (*Whealthy Healthy Older People*), pessoas mais velhas com meios económicos e saúde. Vinte por cento dos australianos, norte-americanos e europeus, em geral, têm mais de 60 anos;
- Turistas de “alta qualidade” ;
- Turistas desejáveis, pois são cultos, poderosos e distinguidos.

Claro que esta classificação é feita em linhas gerais, o papel social do turista cultural, porém, não podemos sobredeterminar este perfil e aplicá-lo a todos os casos e contextos culturais.

Segundo Johnson e Thomas (1995), é possível classificar a procura turística sob quatro pontos de vista. O primeiro, é o da procura efetiva (*use demand*), ou seja, o número de pessoas que visitam sítios históricos. O segundo tipo, a *option demand*, é representado por potenciais turistas que desejam ter a possibilidade de visitar um lugar, no futuro. O terceiro tipo de procura é representado pela *existence demand* e baseia-se no axioma de que o património cultural não tem nenhuma função efetiva ou potencial, limitando-se o turista a saber que existe. A última perspetiva, é a *bequest demand*, ou seja, o desejo de transmitir às gerações futuras o património adquirido pelas gerações precedentes.

A procura, por sua vez, pode, também, ser identificada em relação a quem a gera. Os setores mais significativos, que trabalham na formação da procura, são os grupos (por exemplo as associações) ou os indivíduos que propõem visitas ao património cultural, as



quais representam o objetivo mais importante a ser alcançado, através de várias operações de marketing, por parte do gestor do património.

Outro aspeto fundamental na análise da procura consiste em estabelecer as características do visitante, que podem ser distintas em função das suas características demográficas, geográficas e psicológicas. Entre as características demográficas dos turistas culturais, para além de distinções por sexo e classes etárias, está aquela que, sem sombra de dúvida, parece ser a mais importante, mais concretamente, o nível de instrução dos visitantes. Por exemplo, os turistas do património literário são caracterizados por um capital cultural capaz de apreciar e compreender estes tipos de atrações (Herbert, 2001); deste modo, a instrução é vista como um eficaz mecanismo para ampliar o interesse e induzir à visita de outros lugares.

Estreitamente ligado à instrução, está o nível socioeconómico e o tipo de ocupação do turista. Num estudo sobre o tema de turismo cultural, conduzido por Heilburn e Gray (1993) nos Estados Unidos, esclarece-se que os fatores discriminantes neste setor são o nível de instrução e a capacidade de despesa. No momento em que o turista cultural é mais instruído, é razoável pensar que a maioria destes pode exercer um trabalho com uma melhor remuneração, em comparação com o cidadão comum; mas o contrário também é verdadeiro, ou seja, a capacidade de despesa não é um elemento distintivo do interesse cultural. Pode, por exemplo, existir um turista com elevada capacidade de despesa, mas culturalmente pouco interessado.

A classificação dos turistas culturais em função das características geográficas tem como discriminante o seu lugar de origem ou de residência (Robinson Wertheim, Senior, 1994).

O primeiro grupo é constituído pelos moradores do lugar, que constituem uma componente preciosíssima para o sustento dos sítios históricos, a todos os níveis: local, regional, nacional e internacional.

O segundo é representado pelos turistas nacionais que visitam os lugares e que pernoitam nestes, de maneiras diferentes, por vezes em casa de amigos e familiares. O terceiro grupo inclui os turistas internacionais, os quais podem visitar um sítio histórico enquanto se direcionam para outro lugar.

Distinguem-se, ainda, os visitantes dos museus, dos que visitam unicamente a cidade no seu aspeto externo, tendo como motivação principal viver a cidade, saboreando as experiências da vida quotidiana.

Daqui se deduz que visitar uma cidade não implica a visita de todos os seus monumentos ou museus, mas tem, também, em conta que, dada a variedade e o alto nível de

concentração do património, muitas *cidades do património* como Florença, Veneza, Siena, representam um verdadeiro e próprio museu a céu aberto (Becheri, 2009). Existem, também, algumas categorias de turistas, como os passageiros de cruzeiro ou, em geral, os excursionistas, os quais, tendo tempo limitado de viagem, visitam os momentos mais acessíveis, ou aqueles considerados mais significativos (por vezes escolhidos à priori, através de modos arbitrários, pelos *tour operators*).

Segundo o esquema de Plog (1974), os lugares do turismo desenvolvem-se diversamente, segundo as características psicológicas dos turistas que são atraídos. Estes podem ser distribuídos entre os dois extremos de um espectro psicográfico: os *psicocêntricos* mostram uma preferência pela proximidade, a comodidade doméstica, a familiaridade; enquanto, no extremo oposto, se colocam os *alocêntricos*, que vão à procura daquilo que está distante, das experiências insólitas e estimulantes.

Neste amplo espectro, é possível individualizar uma variedade de comportamentos, dependentes, também, dos entrelaçamentos entre as várias atitudes e os graus de interesse dos visitantes, permitindo, assim, subdividir ainda mais os grupos.

Um aspeto que não pode ser desvalorizado no estudo da procura turística é o da análise das motivações que instigam o turista cultural a escolher o destino. Desde logo, é possível evidenciar que a motivação subjacente a uma viagem pode ser única ou acompanhada por outras, subordinadas.

Choen (2004), no seu estudo sobre a motivação, constatou que, em geral, os turistas culturais são incitados por dois elementos base: a procura de conhecimento e de outras formas de enriquecimento e a procura de realização pessoal. Este último aspeto abarca o sentimento difuso, que incentiva a olhar para o passado, também em resposta ao excessivo modernismo da vida contemporânea: «hoje uma grande quantidade de tempo e de energia reside no apego ao passado que, nos seus variadíssimos modos, vem apresentado, pelos media, como muito superior a um presente caótico e a um futuro ameaçador» (Dann, 1998, p. 29).

Isto explica a existência, neste particular setor do mercado turístico, de uma continuidade entre o consumo de cultura e a experiência turística. Abordando esta relação, Richards (1996) distingue os turistas culturais em função do grau de interesse pelo objeto visitado.

O autor, concentrando-se sobre os comportamentos dos visitantes, identifica os “turistas culturais gerais” (*general cultural tourists*), que são os menos interessados e que se movimentam habitualmente em grupo, e os turistas mais interessados, chamados “turistas culturais específicos” (*specific cultural tourists*), quase sempre representados pelo turista solitário.

Na mesma linha, Ashworth e Turnbridge (1990) distinguem dois tipos de turistas culturais, em função do nível de envolvimento:

- a) O turista cultural de intenção, aquele que tem uma motivação cultural primária e se sente atraído pelas atrações culturais do destino;
- b) O turista cultural incidental, que não apresenta uma motivação cultural primária em relação aos recursos culturais do destino turístico.

Pérez (2009), cita Bywater (1993), para, no caso europeu, identificar três perfis de turistas culturais:

- a) Os “culturalmente motivados”: são um pequeno segmento de mercado que é atraído por um destino devido a causas ou motivos culturais, o que os leva a passar várias noites no local de destino turístico;
- b) Os “culturalmente inspirados”: são inspirados por sítios de interesse cultural e patrimonial, como por exemplo a Alhambra de Granada ou Veneza. Todos eles querem ver os mesmos lugares, o que implica problemas de gestão patrimonial. Estes turistas passam curtos períodos de tempo nos destinos culturais e não estão motivados para regressar ao mesmo local.
- c) Os “culturalmente atraídos”: são aqueles que realizam visitas de um dia a sítios de interesse cultural ou patrimonial, mas não fazem turismo por motivações estritamente culturais.

Hilary du Cros e Bob Mckercher (2015), por sua vez, diferenciam cinco tipos de turistas culturais, em função de duas variáveis: a centralidade, ou não, da motivação cultural e a profundidade ou superficialidade da experiência:

1. Turista cultural motivado: a motivação cultural é central e a experiência é profunda;
2. Turista cultural inspirado: experiência mais superficial do que a anterior;
3. Turista cultural esporádico: a motivação cultural não é central, inexistência da experiência profunda;
4. Turista cultural casual: baixa motivação cultural e experiência superficial;
5. Turista cultural acidental: não é motivado culturalmente. Participa de forma superficial nalguma experiência de turismo cultural.

Por outro lado, Greg Richards (2004) diferencia entre:

- a) “Turistas abutres culturais”, aquele que viaja com o objetivo de consumir produtos culturais.
- b) “Turistas culturais acidentais”, aqueles que, casualmente, encontram um festival ou um ato cultural, tal como facto acidental, não previsto.

Como vimos anteriormente, também para o turismo cultural houve repercussões na passagem de um modelo de turismo fordista, para um pós-fordista.

O modelo turístico fordista fundava-se pela especialização setorial, a partir de recursos naturais como a praia ou a montanha e por uma oferta homogénea, na qual o destinatário era visto como uma massa uniforme, sem diversidade e singularidade (o turismo em massa). A prioridade era maximizar o número de visitantes, até à custa de degradar o meio ambiente. Claro que, naquela altura, na sociedade, não houve uma consciência ambiental comum.

Face ao modelo fordista, o modelo turístico pós-fordista nasce da crise da homogeneização e uniformização dos destinos turísticos.

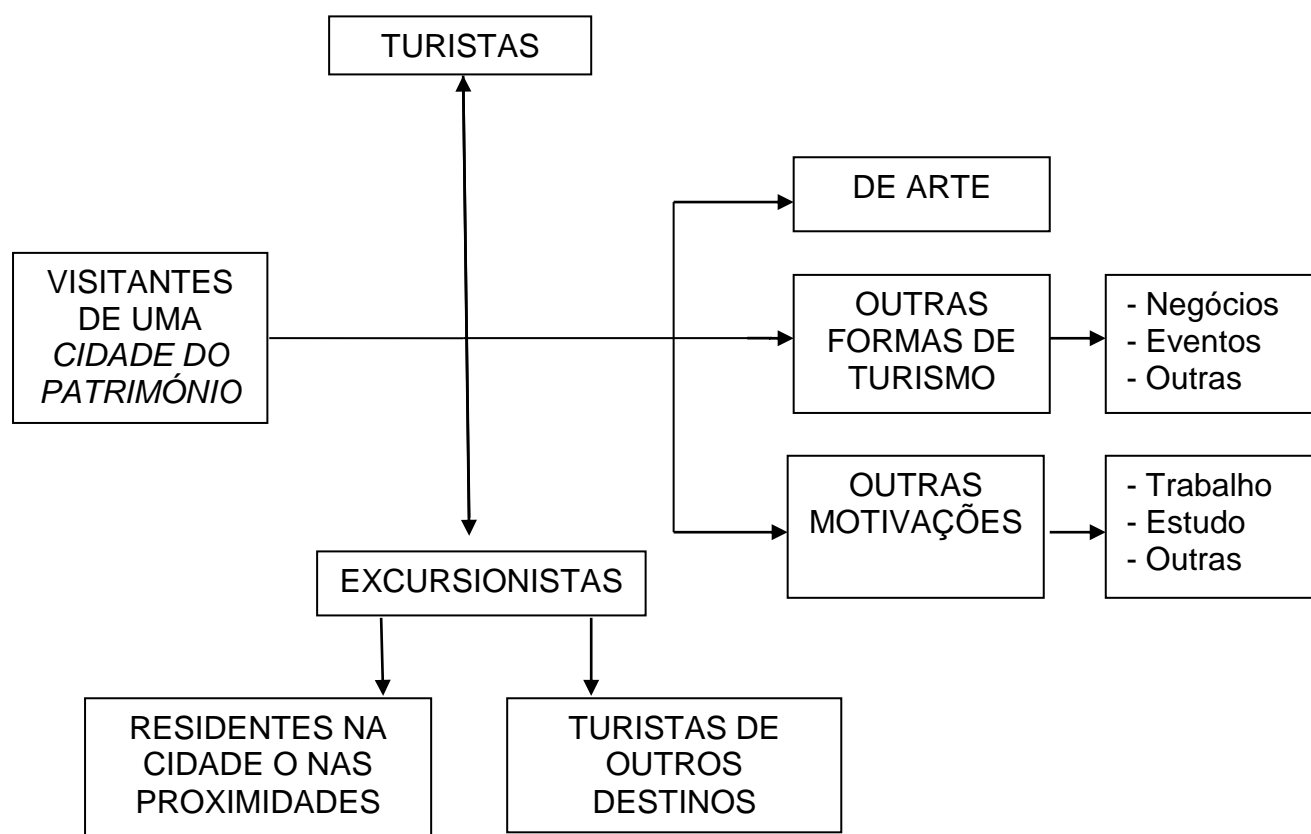
Daí que a oferta comece a singularizar-se e crie produtos específicos, para segmentos específicos de turistas, o turismo de nicho.

É neste contexto pós-fordista que podemos melhor entender a valorização do património cultural, a festivalização de eventos, a nova ética turístico-ecológica, o turismo de trabalho (ex.: turismo de congressos).

A nova procura converte qualquer espaço num potencial espaço turístico.

Portanto, é este modelo pósfordista que melhor permite entender a procura de turismo cultural.

Desta forma, no caso do turismo cultural na cidade do património, é possível esquematizar, na Fig. 15.



Fonte: Becheri 2009, p. 132. Reelaborado pelo autor.

Fig. 15 - Visitantes e turistas nas *cidades do património*.

A partir da reflexão acima exposta, percebe-se que a relação entre turista e atração cultural é muito complexa, sendo que esta se estende desde o interesse do especialista, até à curiosidade de um simples viajante comum, que considera a obra de arte como uma de tantas outras etapas da sua viagem.

Mais recentemente, uma série de estudos de grande interesse analisa a relação que se estabelece entre turistas e atrações ou locais de destino, identificando três síndromes (Fig. 16):

1. A síndrome de Stendhal, ou seja, a forte emoção que pode resultar da vista de uma obra de arte ou um local particularmente significativo, a mesma emoção que atingiu Henry Boyle (Stendhal) durante a sua estada em Florença<sup>112</sup>. Este sintoma, ou síndrome, poder-se-ia descrever pelas seguintes características: transtorno psicológico causado pela contemplação de uma obra de arte; perda do sentido de identidade, depressão, esgotamento físico; dose excessiva de cultura, para a qual

<sup>112</sup> Tal efeito foi descrito, pela primeira vez, por Gabriella Magherini (1992). É de realçar que, no início, a autora apelidava este sentimento com o termo mais genérico de *síndrome do turista*. No momento em que a qualificou de síndrome de Stendhal, o sucesso foi esmagador, como demonstração de que as referências culturais e históricas têm num vastíssimo eco nos processos comunicativos.

o remédio é o repouso; sofrimento de muitos turistas em cidades históricas; uma forte experiência emocional e um maior conhecimento de si próprio.

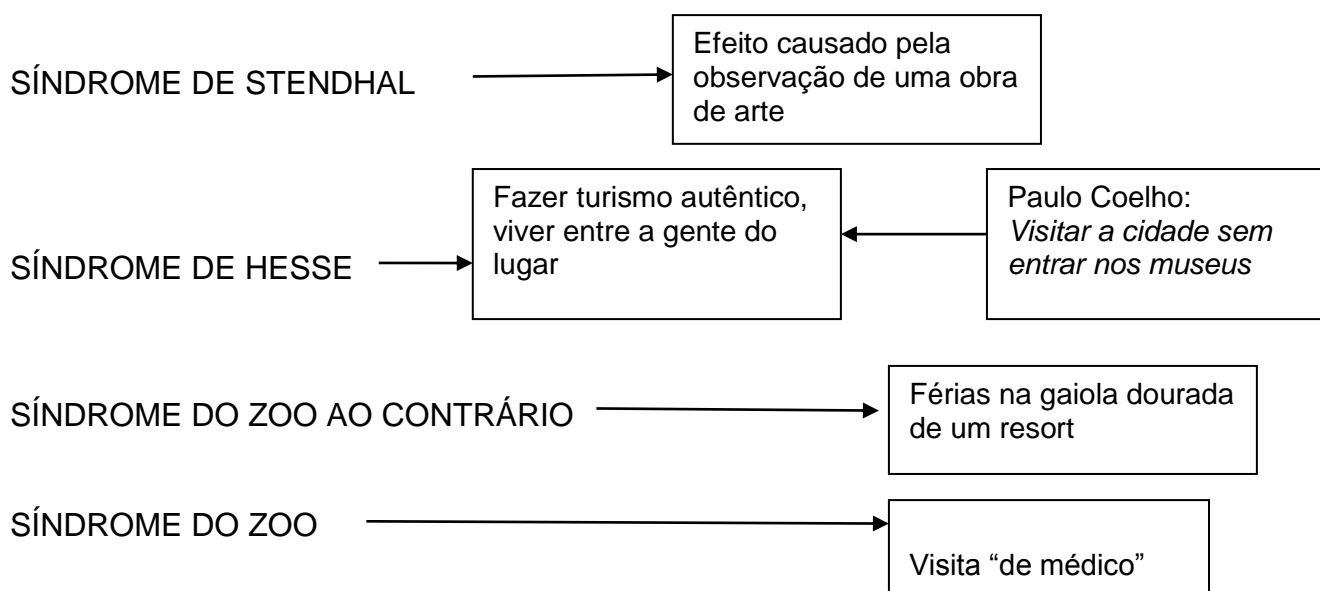
2. A síndrome do Zoo, ao contrário, foi identificada por alguns sociólogos durante meados dos anos noventa, por meio do estudo dos comportamentos dos turistas em alguns *resorts* na costa do norte de África. Os turistas vivem a sua experiência como se estivessem numa gaiola dourada, a partir da qual podem ver a realidade ao seu redor; situação esta em que o espetador é, precisamente, o animal. Trata-se, por exemplo, das viagens de cruzeiro ou das estadas em resorts fechados, que não têm nenhuma integração com a envolvente. Deste síndrome deriva o *do zoo*, onde a experiência turística é consumida com uma forte separação entre turista e lugar visitado. Conhecem-se os locais arqueológicos e artísticos num curto espaço de tempo, sem estabelecer qualquer tipo de contato com a realidade social, como nos cruzeiros no Nilo, no Egito: o navio move-se entre as aldeias, sem qualquer contato com a população local e a realidade social anexa, a qual, muitas vezes, está, também, devidamente escondida do turista.

3. A síndrome de Herman Hesse, que diz respeito à busca de práticas de turismo autêntico, muitas vezes identificadas como *slow tourism*. A síndrome refere-se ao comportamento de H. Hesse durante a sua estada em Itália, na primavera de 1901. O escritor, durante a sua visita a Florença, deitou fora o famoso guia alemão Baedeker sobre Florença, porque queria viver a cidade de forma independente, testando as experiências da população local e misturando-se com esta (Becheri,1995). Este comportamento parece seguir o que escreveu, mais recentemente, o escritor brasileiro Paulo Coelho: «quando visitem uma cidade, evitem visitar os museus». E ainda «... evitem museus. O conselho pode parecer absurdo, mas vamos refletir juntos: se você se encontrar numa cidade estrangeira, não é muito mais interessante ir em busca do presente em vez do passado? As pessoas sentem-se obrigadas a visitar museus porque aprenderam, desde pequenas, que viajar significa procurar este tipo de cultura. É claro que os museus são importantes, mas exigem tempo e objetividade; tem que se saber o que se quer ver ou então sairão com a impressão de ter visto uma série de coisas fundamentais para a sua vida, mas das quais não se lembram. Frequentem os bares. Aqui, ao contrário dos museus, se manifesta a vida da cidade. Os bares não

são discotecas, mas lugares onde as pessoas vão tomar algo, pensar no tempo e estão sempre dispostas a ter uma conversa.

Comprem um jornal e deixem-se repousar contemplando as idas e as vindas. Se alguém iniciar uma conversa, por quanto estúpido possa aparecer, dêem-lhe atenção: não se pode julgar a beleza de uma estrada vendo apenas o começo»<sup>113</sup>.

Na mesma linha, Schouten (2005, p. 135) escreve «a identidade cultural de um projeto de território, a menos através de museus e locais de interesse cultural que acabaria sendo um empobrecimento da complexidade de recursos que definem o património cultural de um território».



Fonte: Becheri, 2009, p. 135. Reelaborado pelo autor.

Fig. 16 - As síndromes do turista.

Em conclusão, é possível descrever as dinâmicas evolutivas da procura de turismo cultural, nos seguintes pontos (Grosso, 2007):

- maior atenção pelos eventos;
- grande interesse pelos aspetos histórico-culturais e pelos aspetos da cultura material (gastronomia, artesanato, manifestações folclóricas);
- crescente interesse pelos centros mais pequenos, vilas e aldeias, um conhecimento difuso pelo território;

<sup>113</sup> *Corriere della Sera* 15.08.2002

- procura de uma experiência memorável e única, de produtos personalizados que satisfazem as aspirações do crescimento pessoal e que desenvolvem competências.

O Quadro 15 que se segue propõe uma sistematização das tendências evolutivas de turismo cultural, a fim de oferecer ao leitor um quadro mais claro e orgânico.

<b>ELEMENTOS DE ANÁLISE</b>	<b>2ª METADE SÉC. XX</b>	<b>INÍCIO SÉC. XXI</b>
PERÍODO TEMPORAL	PERÍODO DE VERÃO, PERÍODO NATALÍCIO	SHORT BREAK (3-4 DIAS)
TIPO DE RECETIVIDADE PREVALENTE	HOTEL	HOTEL, B&B, AGROTURISMO
TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL	3.5%	4.2%
CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS	COMPLETA OS ITINERÁRIOS CLÁSSICOS	DESTINOS PREVALENTES EM PEQUENOS CENTROS OU EM ÁREAS DE ALTA NATURALIDADE
FATORES EMOTIVOS PREVALENTES	ELEMENTO DE DISTINÇÃO SOCIAL	PROCURA DE EMOÇÕES INDIVIDUAIS
PROMOTORES	TOUR OPERATORS	AGÊNCIAS ESPECIALIZADAS, INTERNET

Fonte: Croci, 2009, p.29. Reelaborado pelo autor.

Quadro 15 - Tendências evolutivas do Turismo Cultural.



### III A RELAÇÃO COMPLEXA ENTRE A CIDADE E O TURISMO: PROBLEMAS E DESAFIOS

Este capítulo tem, como tema central, a difícil relação entre a cidade e o turismo. O problema assume uma maior consistência se se consideram as *cidades do património* como destino turístico. Estas últimas, por um lado, constituem o destino final de crescentes fluxos turísticos e, por outro, apresentam manifestas fragilidades, devido aos limitados espaços urbanos, pelas quais são caracterizadas, e aos edifícios antigos que, dificilmente, podem acolher novas funções, a custo de substanciais compromissos estruturais. O capítulo prossegue com a análise dos custos e benefícios do desenvolvimento turístico nestas cidades, objeto de uma dupla pressão antropogénica (os residentes e os turistas) e com a proposta de uma metodologia de planeamento que tenha em conta todos estes aspetos.

#### III.1 A cidade e o turismo

Na atualidade, é evidente que a cultura entra, cada vez mais, de forma maciça, nos processos de criação de valor económico e é igualmente claro que, hoje, todos os centros urbanos que procuram uma estratégia minimamente coerente e de desenvolvimento ambicioso fazem da cultura, em si mesma, um dos principais mecanismos de alavancas para a ação.

Esta ação, que retomaremos adiante, pode-se exprimir na abertura de novos museus, experimentando uma maior difusão de atividades culturais no tecido da cidade, favorecendo a construção de processos de regeneração urbana em torno de intervenções-piloto culturais, cada vez maiores e complexas (ACRI, 2003).

O turismo urbano apresenta as seguintes características (Conrady, Buck, 2014):

- é, geralmente, complementar a outros tipos de turismo;
- é ligado a ofertas especiais, ou tem lugar durante um evento, uma festa ou uma exposição;
- caracteriza-se por uma curta duração (máximo de 3 dias);
- o tempo para chegar ao destino escolhido nunca é mais de três horas de voo;
- os praticantes deste tipo de turismo, ou "breakers cidade", costumam viajar em pares ou com amigos e tendem a ter um salário alto.

Quando se trata de turismo urbano, é particularmente relevante o segmento do turismo cultural. De facto, na cidade, como será tratado posteriormente, estão presentes as principais instituições culturais (museus, teatros, bibliotecas, centros de investigação e universidades) os edifícios de valor histórico e artístico e as indústrias de maior importância cultural e criativa, como televisões, editoras e indústrias de cinema.

Na tentativa de definir os limites do turismo cultural urbano, destaca-se uma pesquisa realizada pela ETC Group Research (2005)<sup>114</sup>, que distingue entre um *inner* e *outer circle* do turismo cultural.

O primeiro, inclui o turismo de património - relacionado com os edifícios e a cultura do passado -, tanto o turismo da arte, ligadas a produtos culturais contemporâneos, como arquitetura, artes visuais e música ao vivo. O segundo, é formado por elementos secundários do turismo cultural, como os costumes, as tradições, a gastronomia e, mais genericamente, os estilos de vida e a atmosfera cultural de uma cidade.

Nesta ótica, o turismo cultural urbano representa uma das principais atividades turísticas na Europa, tanto que regista uma taxa de crescimento mais rápida em comparação com o turismo geral. Como salienta Pérez (2009 p. 294), «no caso europeu, as visitas culturais a cidades são protagonizadas por turistas dos países vizinhos que visitam pontos de interesse culturais (ex.: museus no caso de 41% dos respondentes), disfrutam da atmosfera do sítio, comem, bebem e fazem compras. Também existem diferenças por nacionalidades, assim por exemplo os gregos e portugueses dão muita importância à comida, os austríacos dão mais importância às visitas a museus, teatros e pontos de interesse cultural».

Mas nem todas as cidades de património são destinos de turismo cultural de sucesso. Como esclarece Martinelli (2010), é necessário que a cidade seja facilmente acessível: possuir um aeroporto internacional, e deve estar ligada a uma rede ferroviária e de autoestradas eficiente.

Portanto, em consequência, não se verificando as mesmas condições de acessibilidade, indiscriminadamente, em todo o território, resulta uma polarização dos fluxos turísticos, em favor das cidades de património com melhores condições.

Considerando que a permanência dos visitantes nestas cidades é, em média, de duas ou três noites, tem um papel fundamental, em termos de atração turística, a imagem promovida pelos meios de comunicação e da publicidade da grande propaganda turística (Becheri, 2009).

Como facilmente se pode verificar, algumas cidades têm implementado estratégias eficazes de branding territorial, baseadas no turismo: o caso do "eu amo Amsterdam", "Only Lyon", "Seja Berlin" e "I love NY".

Observa-se, também, que, mesmo nos grandes centros, a multidões de turistas é polarizada em torno de alguns lugares ou monumentos simbólicos, em torno dos quais

---

<sup>114</sup> <http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/122/CityTourismCulture.pdf> (último acesso 15.07.2016).

gira a visão artística da cidade (o sítio arqueológico de Roma antiga com seus monumentos, Lisboa, com a Baixa Pombalina e do Mosteiro dos Jerónimos, etc..).

Note-se, também, como o balanço dos símbolos pode resultar numa visão simplificada do percurso, aos olhos do turista (Martinelli, 2010).

Nas últimas décadas, o turismo, em geral nas cidades históricas, aumentou de maneira bastante considerável, com sinais de ainda maior crescimento nos próximos anos (Becheri, 2009).

Numa outra perspectiva, a produção do turismo cultural está estreitamente associada às políticas de regeneração urbana face a processos de desindustrialização (Smith, 2003), como tem sido mencionado nos parágrafos anteriores.

A cultura é, deste modo, utilizada para o desenvolvimento económico da cidade, criando uma nova imagem, capaz de atrair capitais e investimentos externos, ao mesmo tempo que se tenta contribuir para a coesão da comunidade.

Entre os elementos que costumam ser utilizados na regeneração, destacam-se os eventos como as olimpíadas ou as exposições universais, os festivais e os equipamentos culturais, tais como os auditórios, os museus ou os centros de conferências.

Portanto, o turismo cultural urbano está associado ao urbanismo dos três “r” (requalificação, reutilização, revalorização), que se traduz em novos projetos urbanos para velhas áreas abandonadas (Gomes Domingues, 2000).

Na atualidade, o perigo é que se assiste, às vezes, a uma visão da cultura como uma simple gestão económica. Fala-se excessivamente de mercados, públicos-alvos, gestão empresarial, do nome do arquiteto do edifício (*archistar*) e do próprio ampliar da imagem do “produto” (Gomes Domingues, 2000).

Esta mercantilização da cultura tanto pode conduzir à limitação em excesso, como à completa massificação. Claro que a gestão empresarial não é errada, o que é problemático é que essa gestão se imponha e reduza o objeto ao qual isso se aplica, a uma pura gestão economicista, pois é uma questão de visão em conjunto.

A solução deste problema é atingir «um equilíbrio entre os projetos privados e as suas virtudes públicas, de forma a limitar a privatização da produção cultural e a promover a responsabilização das administrações públicas no âmbito da cultura» (Pérez, 2009, p. 295).

No passado, vários estudos têm focado o perfil e comportamento dos turistas culturais, com destaque para as características deste tipo de turistas (Richards, 1996 e 2008).

Estas são pessoas com um nível económico e de educação médio e alto e que mostram um forte interesse para a cultura. Eles querem aprender coisas novas e tendem a viajar sem filhos. As motivações que estão na base da viagem são principalmente três:

- a procura de um destino escolhido, principalmente, por motivações ligadas à cultura (10-15% do mercado de turismo cultural da Europa);
- alguns vêem a cultura somente como um aspeto do destino, mostrando, assim, um interesse mais genérico (aproximadamente 50% do mercado);
- à aqueles que estão interessados em visitar as principais atrações culturais (por exemplo, São Pedro, em Roma, a Acrópole, em Atenas ...), à procura de uma mistura de diversão e relaxamento (cerca de 30% do mercado).

As pesquisas mostram, também, como essas motivações tendem a sobrepor-se umas às outras, realçando, assim, a tendência para conceber o turismo cultural como um produto "experimental", que vai interpretando em todos os seus aspetos e, não só, o valor cultural (Munsters, 2012).

Em particular nos últimos anos, emerge uma nova tendência: o aumento da autonomia dos turistas na organização das suas férias.

O crescimento, na Europa, dos voos de baixo custo (low cost) e dos comboios de alta velocidade mas, sobretudo, a facilidade de reservas através da internet, tudo isto tem ajudado a expandir o mercado dos turistas auto-organizados.

Hoje, a palavra "experiência" parece transformada em pedra angular no processo da escolha de um destino (Smith, 2006) e, graças às possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias, (Web 2.0), as cidades podem oferecer ao turista uma *pre-living experience*, baseada numa viagem virtual para diferentes culturas e tempos passados.

A partir do que foi escrito anteriormente, no âmbito do turismo cultural urbano, o segmento relacionado com o "smart tourism" e o "turismo criativo" representa os setores que mais crescem quanto ao interesse que despertam.

O termo smart tourism é derivado, por analogia, a partir do sentido *smart city*. Como aponta Ercole (2013), «a *smartness* de uma cidade é a capacidade dos atores sociais presentes na cidade de usar, em forma inteligente, as possibilidades oferecidas pela tecnologia para resolver os problemas humanos». Uma cidade, por consequência, é identificada como "smart" quando usa a tecnologia para adquirir e difundir informações e para fornecer serviços urbanos integrados, com o objetivo de reduzir resíduos e emissões nocivas e otimizar o uso dos recursos.

De forma semelhante, o smart tourism prevê o uso e aplicação da tecnologia por turistas e empresas individuais, que operam nos serviços do turismo.

Observa-se, assim, um número crescente de turistas que utilizam os dispositivos móveis da rede social para planejar e organizar as próprias viagens.

Como sublinha Ejarque (2013), a informação social desempenha um papel importante no campo do turismo, em várias fases:

- na inspiração, lendo as opiniões on-line e inquirindo em canais sociais;
- na organização da viagem, que significa reservar transporte e alojamento (83% dos turistas culturais usam a Internet para esta finalidade);
- na reserva dos restaurantes e museus. Adquirem informações sobre lugares que são compartilhados, ao vivo, nas plataformas sociais, como Facebook, Twitter, Instagram e Foursquare. Após a viagem, continua a partilha;
- descrever as experiências vividas no próprio blog ou fazer julgamentos sobre a qualidade em hotéis, restaurantes e atrações, no TripAdvisor.

Se, de facto, no passado, a informação foi dirigida ao passo anterior na escolha do destino turístico, agora acabou por ser importante, também, na fase pós-chegada.

Nesta fase é importante a construção da reputação do destino e a fidelização dos turistas. A introdução da tecnologia móvel levou a uma profunda transformação: respeito pela utilização do computador pessoal, porque permite aos visitantes adquirir informações sobre os locais e produtos de forma imediata e faz parte da mesma experiência turística total.

Germann Molz (2012) identifica quatro características do smart tourism:

- utiliza aparelhos smart, ligados à Internet e capazes de localizar, no espaço;
- inclui os utilizadores que são co-produtores ativos e não, simplesmente, consumidores;
- oferece a oportunidade de interagir com a população local ou com outros turistas, localizados no mesmo destino;
- melhora a sustentabilidade nos campos sociais e ambientais.

.Como já foi tratado anteriormente (cf. parágrafo I.2.5), o turismo criativo é definido como «uma viagem direta para uma experiência autêntica e comprometida, com a aprendizagem participativa nas artes e na cultura da população local» (UNESCO, 2006).

Segundo Landry (2000), um destino pode oferecer turismo criativo só quando são integrados quatro diferentes níveis de criatividade: das pessoas, dos lugares, dos processos e dos produtos.

Portanto, uma cidade que pretende tornar-se num destino do turismo criativo deve atrair artistas e artesãos, possuir espaços para exposições e workshops de arte. Às vezes, estes últimos ficam em velhos edifícios abandonados, nas áreas industriais desmanteladas, como é o caso de Petersburgo ou Barcelona.

Além disso, o benefício da renovação de algumas áreas da cidade é elevado, não apenas para o setor do turismo, mas para todos os setores da economia.

Assim, os cidadãos podem tirar proveito das novas oportunidades de emprego, também com possibilidades de entretenimento inovadoras (Peck, 2005).

A criatividade tornou-se, assim, uma estratégia para as cidades que, deste modo, podem contribuir para promover a inovação e o desenvolvimento de habilidades individuais.

Desta forma, o turismo cultural criativo pode tornar-se uma via alternativa em relação à reprodução em série de um turismo de massa, oferecendo aos turistas uma experiência mais flexível e autêntica (Garibaldi, 2012).

Em face deste aumento generalizado da procura, alimentada não só pelos fluxos turísticos europeus mas, sobretudo, por parte dos países emergentes, evidencia-se um possível espaço para o aumento da oferta, seja em termos de novos destinos urbanos, seja de relançamento de destinos já consolidados. Por outras palavras, os destinos devem envolver-se num esforço de promoção, para tentar atrair a atenção destes turistas, o que representa um enorme mercado, em constante expansão (Garibaldi, 2014).

Assim, como já foi antecipado anteriormente, até há poucas décadas atrás, a cidade era considerada um lugar de emissão de turistas, tanto que «o desenvolvimento turístico nos últimos dois séculos poderia ser descrito como o afirmar-se de um diferente modelo urbano centrado nas atividades recreativas e de saúde, em contraposição com a cidade industrial» (Battilani, 2009 p. 159).

Neste sentido, o turismo, no passado, era considerado como uma fuga da cidade para os lugares menos urbanizados, como o campo ou o mar, enquanto a progressiva consolidação da cidade como meta turística encontra a sua justificação no renovado interesse dos lugares ricos de vestígios culturais, favorecido, também, pela evolução das políticas de requalificação e de valorização dos centros urbanos, iniciadas pelas administrações locais.

Na verdade, se analisarmos a cidade segundo uma perspectiva histórica, pode-se afirmar que a estreita ligação entre cidade e cultura se concretiza, pelo menos, em três aspetos relevantes.

O primeiro deriva da ideia de que as cidades são lugares de origem da cultura e, como consequência, constituem um lugar privilegiado da produção artística em geral.

Em algumas línguas europeias (entre as quais o italiano), o próprio adjetivo de *urbano* qualifica não só o que pertence à cidade, mas o que abrange, também, o conjunto de comportamentos e de orientações que fazem referência à cultura e a refinados gestos e gostos.

Em segundo lugar, as cidades são os espaços de contínua produção de cultura. Os produtos culturais e artísticos estão fortemente ligados ao ambiente urbano. Este, por um lado, alimenta os produtores de cultura, através de estímulos gerados pela interação entre os artistas e os intelectuais; por outro, organiza a produção, o consumo e a comercialização dos produtos artísticos e culturais que oferece aos consumidores, por meio de múltiplas instituições, como os teatros, os museus, as exposições, etc.

O terceiro e último aspeto, talvez o mais significativo em termos sociais, considera a cidade como um lugar de inovação e de heterodoxia, em contraste com os territórios rurais, onde a conservação das tradições representa o elemento singular.

Segundo este conceito, nas cidades e, sobretudo, nas grandes metrópoles contemporâneas, formam-se continuamente grupos e correntes artísticas, que inovando a partir da base do património cultural local, propõem novas sínteses e expressões culturais inéditas; estas correntes têm, como condições necessárias para a sua criação e evolução, trabalhar nesta ou naquela cidade para reforçar a própria criatividade<sup>115</sup>.

Assim como foi referido nos parágrafos anteriores, a economia, para poder crescer, necessita de cultura e esta, por sua vez, necessita da cidade. Uma confirmação desta relação advém do sucesso de eventos culturais e artísticos, organizados nas cidades que atraem grandes quantidades de pessoas, estabelecendo, casualmente, novos recordes de presenças, enquanto provocam complexos problemas logísticos às metrópoles que os acolhem (Vicari Haddock, 2004).

---

<sup>115</sup> Exemplos significativos podem ser: Florença do Renascimento, Paris dos Impressionistas e das vanguardas do séc. XX ou, em tempos mais recentes, a Nova Iorque da Pop Art. Claramente, a origem e o desenvolvimento destas correntes pressupõe a existência de determinadas condições, como a estabilidade sociopolítica, o bom nível económico, etc.

Algumas cidades, em particular, apresentam uma excecional concentração de património cultural, as designadas *cidades do património*.<sup>116</sup>

Contudo, todas as cidades, principalmente aquelas de raiz mais antiga, podem ser consideradas como obras de arte por si mesmas, fruto de um lento acumular de saberes relativos à ciência e à arte e às relações sociais, económicas, políticas que, no seu conjunto, definem a singularidade e a unicidade do tecido urbano, capaz de se manifestar como um possível destino turístico. Neste caso, Burgers (1995) distingue, em função da própria origem, os seguintes tipos de cidades:

- A cidade da antiguidade.
- O burgo medieval europeu.
- A cidade industrial dos séculos XIX e XX.
- A cidade pós-industrial.

Cada cidade, com os seus espaços públicos, como o seu modo de vida e de habitar o espaço, é um produto da história e obedece à articulação entre vários modelos de urbanismo. Cada uma pode, potencialmente, atingir um interesse turístico.

Todos estes aspetos que, na sua complexidade, representam o fascínio da cidade, são capazes de satisfazer a *procura da cidade*, que é uma das características da sociedade contemporânea (Amendola, 2010) e incluem, para além das figuras de turistas já descritas (cf. parágrafo I.1), novas figuras que fogem à definição internacional aceite.

As cidades têm uma importância fundamental na topografia mental do turista, nas redes de transporte e nos recursos que mobilizam (Brito Henriques, 1996). Por essa razão, o turismo poderia ser pensado como uma forma de urbanização orientada para o consumo de bens, de serviços e de lazer. A título de exemplo, existem indivíduos que se estabelecem em certos lugares por um longo período de tempo, talvez por tempos inferiores a um ano (a ser excluído na categoria de residentes), tais como aposentados abastados, que se estabelecem numa zona climática mais favorável, como sucede nas cidades da Riviera Francesa ou da Riviera Italiana (o conhecido *efeito Florida*).

---

<sup>116</sup> De momento, não existe ainda uma definição oficial e unanimemente partilhada sobre o que é uma *cidade do património*, mesmo que este conceito seja perceptível por todos. Partindo do pressuposto «que cada cidade é por si mesma uma obra de arte» (Vicari Haddock, ob. Cit. p. 149), pode-se afirmar que a cidade de arte é um aglomerado, onde o aspeto monumental e o conteúdo de *bens culturais* são preponderantes ou altamente incidentes em relação a outras funções urbanas, como por exemplo a cidade de Veneza ou Florença (cf.. Atti del Convegno (1986) *Città d'arte: significato, ruolo, prospettive in Europa*. Giunti Barbera, Firenze).



A estas novas tipologias de utilizadores do espaço urbano deve-se acrescentar uma outra categoria, a dos sujeitos (*flâneur*)<sup>117</sup>, que se deslocam dentro da sua área de residência para viver, no próprio tempo livre, “emoções” de tipo turístico: são os fluxos de mobilidade internos de uma área, gerados pela capacidade atrativa de recursos, considerados geralmente turísticos, pela presença de estruturas para o entretenimento recreativo ou cultural e pelas atividades comerciais que, geralmente, estão direcionados para uma clientela predominantemente turística. (Amendola, 1997). As cidades, pela primeira vez na história, modificam-se e adaptam-se em função daquelas que são as procuras dos cidadãos, ou melhor, da *classe de serviço*<sup>118</sup> (Urry, 1995) - de resto, as cidades não foram criadas pelo e para o turismo.

O desenvolvimento das atividades turísticas deve-se inserir num tecido socioeconómico, cultural e organizativo já consolidado, interagindo com as outras funções urbanas e sobrepondo-se à rede de relações e de fluxos de procura preexistentes (Law, 1993). Este fenómeno, por sua vez, pode apresentar certas diferenças, mesmo em relação à dimensão de uma cidade.

Contudo, para as grandes cidades, o turismo pode ser considerado como uma parte essencial da sua economia, ainda que estejam presentes outros fatores económicos significativos; e, em grande parte, concentra-se num núcleo compacto que, frequentemente, coincide com o aglomerado originário da cidade. Casos bem diversos são os destinos turísticos representados pelos centros de pequena dimensão, onde, frequentemente, o turismo representa o principal impulsionador do desenvolvimento local, determinando qual o valor acrescentado que consente uma diferenciação qualitativa.

O turismo é, dentro de certos limites, mais facilmente aceite nos destinos de pequenas dimensões, nos quais não se coloca a contraposição entre turista e residente, ao mesmo tempo que, nas grandes cidades, se verificam incompatibilidades com os diversos *city users*, assim como entre o centro histórico e as outras zonas, em particular as periféricas. Nesta ótica, Brito Henriques (2003) clarifica que a oferta turística urbana se articula em três componentes: primárias, secundárias e acessórias (Fig. 17).

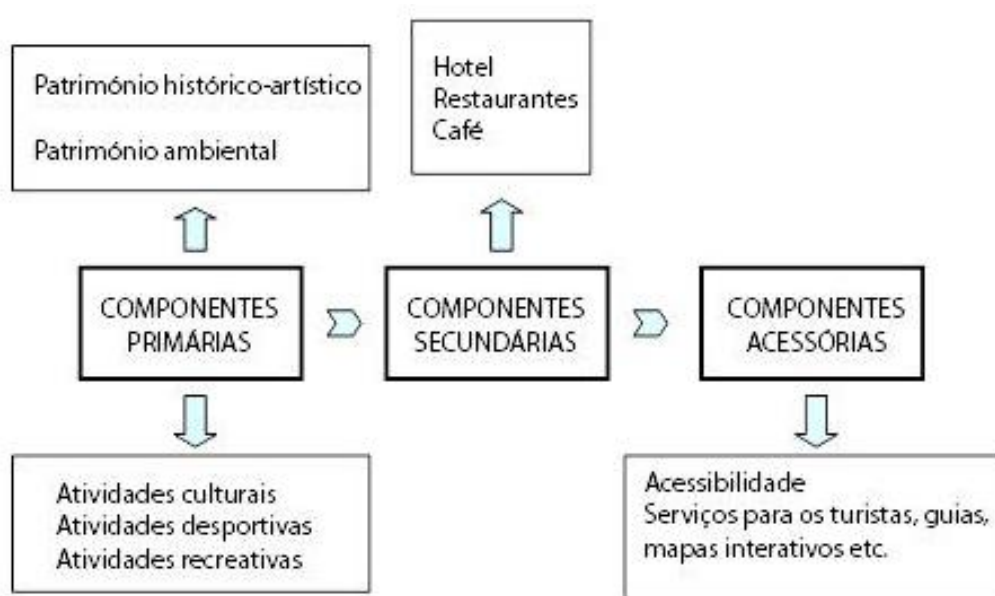
---

<sup>117</sup> O termo *flâneur* foi introduzido na análise cultural pelo filósofo Walter Benjamin (1892-1940) que, reconsiderando uma intuição de Charles Baudelaire, quis descrever a figura típica e simbólica da modernidade urbana. Recentemente, também o sociólogo Zygmunt Bauman utiliza este termo para indicar os comportamentos característicos da cidade da incerteza (Faggiani et. al., 2008).

<sup>118</sup> A classe de serviço distingue-se da dos outros trabalhadores, sobretudo em relação à atitude cultural, ao gosto e aos consumos. Homens e mulheres colocam-se numa posição afastada e baseiam-se numa série de símbolos e práticas de tudo o que é natural: comida saudável, vinho, medicina tradicional, recusa de fibras sintéticas. No turismo, tudo isto dá vida a uma procura inédita, na qual há uma preferência pelo bem-estar psicofísico, pelo campo, pelas tradições do passado e pela dimensão menor.

As primeiras, incluem os *asset* dos lugares, como o património histórico-artístico e ambiental do sítio e as atividades de atração turística, como os serviços culturais, desportivos ou de divertimento. Os componentes secundários referem-se aos serviços de hotelaria, da restauração e de comércio e, por fim, os serviços acessórios abrangem a acessibilidade do local e as infraestruturas auxiliares para os turistas.

Assim, a competitividade turística de uma cidade não depende apenas da sua história, da quantidade e qualidade de bens culturais que possui, mas também da qualidade de serviços oferecidos e da interação dinâmica entre todos estes elementos (cf. parágrafo I.1.5).



Fonte: Henriques, 2003 p. 128.

Fig. 17 - Componentes do produto turístico urbano.

O conjunto destes componentes define o nível de desenvolvimento da cidade como destino turístico mas, por sua vez, este último depende de quatro fatores (Martinelli, 2004):

- a estrutura económica da cidade: a abertura da economia local determina uma quantidade considerável de receitas e de emprego;
- a proximidade de estâncias turísticas já conhecidas;

- absorção do excesso de turistas demanda residencial da cidade pelos municípios periféricos;
- os limites da capacidade de carga que, se for excedido, deprimem o crescimento económico a longo prazo.

Claro que diferentes tipos de cidades exigem diferentes estratégias de desenvolvimento do turismo. Como é facilmente intuído, os serviços de restauração e as lojas de *souvenir* estão colocados nas imediações das atrações turísticas, nas áreas pedonais e nas zonas de trânsito, como as estações ferroviárias e portuárias. As unidades hoteleiras mostram uma tendência similar. Ashwort e Tunbrige (1990) propõem um modelo de localização dos hotéis, específico para as cidades históricas.

Os autores sustentam que hotéis do mesmo género tendem a reagrupar-se no interior da cidade histórica, na proximidade com as estações ferroviárias, ao longo das principais estradas de acesso e nas áreas do centro histórico limítrofes aos bairros de negócios. Este modelo demonstra a importância da localização em relação às áreas históricas urbanas e o papel exercido, por estas, no processo de desenvolvimento do turismo cultural urbano. Sobre o tema da cidade turística, Page (1995) distingue várias tipologias em relação aos recursos turísticos principais, presentes na cidade (Quadro 16).

TIPOLOGIA	EXEMPLOS
Cidades capitais e capitais culturais	Londres, Paris, Roma, New York, Lisboa, Madrid
Cidades de turismo balnear	Nice, Sanremo, Cascais, Albufeira, Torremolinos, Acapulco
Cidades de turismo de inverno	Lillehammer, Cortina d'Ampezzo, São Moritz, Sestriere
Cidades de divertimento	Disneyland, Las Vegas, Macau, Rio de Janeiro
Cidades de culto e de turismo religioso	Lourdes, Fátima, Meca, Jerusalém, Santiago de Compostela
Grandes cidades históricas	Oxford, Veneza, Amsterdão, Cairo, Istambul
Cidades do património e de cultura	Florença, Veneza, Dresden, Bruges, Viena, Praga
Cidades históricas dentro de muralhas urbanas	Canterbury, York, Urbino, Luca, Évora, Viterbo, Carcassonne
Pequenas e médias cidades históricas	Assis, Siena, Viterbo, Dubrovnik, Óbidos, York, Ouro Preto
Cidades que apresentam requalificações nas zonas ribeirinhas	Docas de Londres, Lisboa, Sydney, Darling Harbour, Hamburgo

Fonte: Page, 1995, p. 44-45, reelaborado pelo autor.

Quadro 16 - Tipologias de destinos de turismo urbano.

Neste ponto, pode ser útil distinguir dois modelos de relação entre urbanismo e turismo: “cidades turísticas” e “cidades com turistas” (Pérez, 2009).

No primeiro modelo, as “cidades turísticas” adaptam-se aos processos de “turistificação”. Convertem-se num espaço orientado para o turismo, no qual os habitantes locais se subordinam aos interesses do turismo.

Um exemplo disto mesmo, ocorre quando os locais e os comércios tradicionais são convertidos em locais só para visitantes, o que implica um risco de tensões e conflitos entre locais e turistas.

Além do mais, este tipo de cidades parecem-se cada vez mais umas com as outras, fruto, também, do processo de homogeneização mundial, assim como foi já tratado anteriormente.

Pelo contrário, uma “cidade com turistas” integra o turismo como mais uma atividade da cidade, não de uma maneira monofuncional, mas sim polifuncional e multifuncional, evitando, assim, os riscos de uma economia urbana de excessiva dependência face ao turismo.

Neste tipo de cidades, o turismo é entendido como um efeito colateral. O primeiro objetivo será sempre construir uma cidade habitável e o resultado será atrair turistas que colaborem nesse objetivo.

Posteriormente, Judd e Fainstein (1999) propuseram uma classificação que subdividia as cidades turísticas em apenas três tipos: as *Cidades Resort*, que respondem a uma procura turística específica, como por exemplo Sestriere, nos Alpes piemonteses; as *Cidades históricas turísticas*, que seguem uma precisa identidade histórica e que representam destinos turísticos consolidados desde há muitos anos (ex. Florença); e, por último, as *Cidades Reconvertidas* que, no passado, tinham uma função particular e que foram reconvertidas ao turismo, através da requalificação urbana e da construção de infraestruturas de interesse turístico.

Um exemplo clássico desta última categoria é Manchester, na Grã-Bretanha, ou Turim, em Itália.

Em ambos os casos, as cidades eram caracterizadas por uma ocupação industrial, enquanto hoje, após importantes obras de requalificação, representam importantes destinos turísticos, sobretudo pelas estadas *short-break*.

É, então, possível sintetizar que a nova procura de cidade em termos turísticos se articula em dois extremos: o *romantic gaze* representa os lugares de forte conotação histórica,

como os centros históricos, as povoações rurais, os lugares históricos de culto, museus<sup>119</sup> e, por outro lado, o *collective gaze*, representado pelos destinos turísticos caracterizados tanto como inautênticos, como de megalómanos.

Desta categoria, fazem parte os lugares onde a imagem urbana é distinta da arquitetura de grande impacto mediático. O exemplo mais utilizado nesta classe é representado pelo famoso Museu Guggenheim, construído em Bilbao, pelo arquiteto canadiano Frank O. Gehry, em 1997 - o forte poder atrativo, em termos turísticos, levou ao enaltecimento de Bilbao, ao ponto de ser um dos lugares mais visitados na Europa. Este fenómeno é, hoje, conhecido como o *efeito Guggenheim*.

Os dois fenómenos (*romantic gaze* e *collective gaze*) nascem da cultura arquitetónica e urbana da década de oitenta, empenhada na projeção e requalificação das cidades industriais, grandes e pequenas: por um lado, iniciou-se a recuperação do ambiente urbano para ajustá-lo à dimensão humana e, por outro lado, foi sentida a necessidade de representar e comemorar a era industrial com imponentes edifícios, projetados para uma economia avançada e, mais frequentemente, para o turismo, que surgem das cinzas da própria indústria (Berrino, 2011).

No entanto, a exigência de restaurar e proteger os centros históricos das cidades contemporâneas foi levantada há muito, em diversos países europeus. O Conselho Europeu trabalhou sobre estas questões desde 1972, desempenhando, neste campo, um constante trabalho de orientação e incentivo para os governos nacionais; deve salientar-se o empenho do presidente do *Comité des monuments et sites*, Alfred Schmidt.

A contribuição experimental e teórica mais importante veio de Itália, que detém os centros históricos mais destacados e menos alterados pela Era industrial, apesar de terem sido ameaçados, na segunda metade do século XX, pelo desenvolvimento urbano.

---

<sup>119</sup> A este respeito, é significativa a transformação que tiveram os museus nas últimas décadas. Se, no passado, a sua missão era a de adquirir, catalogar e expor o maior número de objetos, graças aos financiamentos disponibilizados pelo Estado, ou por benfeitores movidos por uma intenção filantrópica, hoje têm novas funções, mais orientadas para a mobilização de um público mais vasto. De facto, a progressiva restrição dos financiamentos estatais, induziu os museus a assumirem uma atitude gestora, mais atenta aos interesses e aos gostos do público e a pedirem auxílio às empresas para promover a sua própria imagem, seja como fonte de financiamento (*neo-mecenatismo*), seja pelo aluguer de algumas salas dos museus para eventos empresariais. Alguns museus importantes têm adotado apropriadas estratégias de *branding* e *franchising*, com a organização de concertos, exposições de forte atração (*blockbuster exhibitions*) e vários eventos culturais, criando significativas atrações turísticas para a cidade que as acolhem (*flagship museums*). O fenómeno, nascido na América, rapidamente se estendeu a toda a Europa (Marani, Pavoni, 2006).

Estas novas teses podem resumir-se à consideração do centro histórico como um único corpo homogéneo. No entanto, as cidades (ou parte delas) não são um objeto fixo e imóvel, como o podem ser as obras de arte contidas num museu.

As cidades devem ser interpretadas como locais cuja evolução depende do que acontece dentro delas, das atividades que nelas são realizadas e desenvolvidas (Sheller e Urry, 2004).

Estas duas observações põem em causa alguns aspetos gerais das transformações em curso.

A proteção de algumas áreas especiais, já contida nos melhores planos urbanos de cidades italianas e inglesas nos anos cinquenta, não é suficiente para enfrentar o ciclo construtivo que as destrói; o desenvolvimento periférico aumenta o imposto sobre o imóvel nas áreas centrais que requerem usos mais rentáveis, expulsando os habitantes e os usos tradicionais; estes, amplificam o desenvolvimento periférico que se repercute de novo no centro, alimentando sempre o mesmo processo.

Para interromper esta lógica de perpétua incompatibilidade e para estabilizar as áreas já urbanizadas, é necessária, como quando se constroem novas áreas urbanas planeadas, uma intervenção pública que abra, numa nova direção, uma série de conveniências públicas e privadas.

O objetivo é, então, conferir a normalidade às áreas especiais, tais como os centros históricos - estes últimos estavam originalmente em perfeito equilíbrio com o ambiente rural circundante - e isolar as incongruências dos subúrbios recentes, com o intuito de as eliminar futuramente, com oportunas ações de recuperação.

Os valores preservados pelos centros urbanos não devem ser só protegidos, como também têm de ser colocados num circuito de uso diferente do comum, pertencente ao quotidiano e não ao lazer e à recreação (Benevolo, 2008).

A descoberta turística das pequenas cidades do património e dos aldeamentos rurais tem origem francesa.

Em 1981, Charles Ceyrac, presidente de Collonges-la-Rouge, uma aldeia no município de Corrèze, em Limousine, decidiu dar vida a uma associação *Les plus beaux de France*, com a intenção de proteger e valorizar os pequenos centros urbanos, evitando os perigos da musificação ou, ainda pior, da criação de um parque de atrações.

A ambição da associação era a de conciliar as povoações com o futuro, reanimar a vida em torno a uma fonte, numa praça, com uma sombra de tília ou de plátano.

O fenómeno estendeu-se, progressivamente, por toda a Europa e, com a liberalização do transporte aéreo, emitida pela União Europeia, em 1993, e a abertura das companhias

low cost, provocou não só o declínio das rotas aéreas das companhias de bandeira, mas o alargar do mercado turístico dos *short break*, das grandes cidades do património, às pequenas e médias cidades.

A geografia turística começou a enriquecer-se de pequenos e novos destinos, mas com a característica fundamental de estes estarem próximos dos aeroportos. Cidades do património de grande fascínio, como Praga ou Tallin, registaram um acréscimo anual de visitantes, estimado em 20% (Richards, 2008).

Também em Itália, o interesse turístico direcionado para as conhecidas *minor cities* teve um forte estímulo, graças à perspicácia de uma associação chamada de *Touring Club Italiano*<sup>120</sup>.

Na verdade, a situação turística do país, desde os anos setenta, estava confinada entre uma decadência ambiental das maiores cidades, na qual a requalificação era inimaginável naqueles tempos de contenção, e um turismo costeiro saturado e com sinais de decadência.

A ideia do TCI é a de propor uma descentralização das atividades turísticas e de viajar em estradas ainda pouco percorridas.

Em concreto, a associação propõe a redescoberta de pequenas e médias cidades que tiveram um papel histórico bastante relevante no próprio âmbito territorial e que conservaram uma identidade precisa, no contexto urbano.

A seleção destes centros foi confiada ao geógrafo Lucio Gambi (1920-2006); segundo os critérios explicados pelo mesmo autor: «(...) vemos em cada região de Itália os centros que não são as capitais regionais, sendo geralmente modestos em termos de população e de espaço, que expõem uma clara personalidade em termos sociais e em termos urbanísticos.

Seja porque estão menos afetados pelos abalos da construção que têm desvitalizado e sujado a identidade de tantos lugares históricos, seja porque reservam uma velha vitalidade fundada não sobre os seus serviços administrativos, mas sobre um nó circunscrito e eficiente de funções comerciais, ou industriais ou culturais, bastante especializadas» (Gambi, 1983, p. 10).

---

<sup>120</sup> O Touring Club Italiano (TCI) é uma associação que surgiu em Milão, em 1894, com o nome de *Touring Club Ciclistico Italiano* e que, só em 1900, assumiu a atual designação. Tem por finalidade a promoção do desenvolvimento do turismo, no respeito das diferentes culturas e na colaboração da proteção do rico património histórico, artístico e natural italiano. Desde os anos setenta, houve uma profunda reestruturação, começando com a promoção de viagens e de férias para os seus sócios; e a partir dos anos oitenta, em particular, promove e publica estudos científicos sobre o turismo, além de atlas e mapas geográficos (*Enciclopedia Italiana Treccani*, artigo *Touring Club Italiano*).

Mais do que um projeto de valorização turística, tal pesquisa parece ser uma necessidade de recensear o património urbano italiano, ainda protegido do ataque construtivo que caracterizou as grandes cidades e a costa italiana.

Despontaram, assim, no mercado turístico, pequenas e médias cidades do património, como Siena, Pisa, Spoleto, Assis e Verona<sup>121</sup>, situadas, na sua maioria, no centro norte da península italiana, ao longo da direção Veneza-Florença-Roma, na expectativa de que se inicie a requalificação das cidades maiores e das cidades costeiras.

Trata-se apenas de uma proposta que, pelo menos nos primeiros anos da década de oitenta, ainda não se traduziu numa oferta turística bem organizada, mesmo que, potencialmente, pudesse representar um dos pontos de força do turismo italiano.

Para Portugal, o problema é mais complexo e podemos reduzi-lo em dois problemas básicos.

O primeiro pertence às políticas culturais, implementadas até agora. Como aponta Gomes Domingues (2000), a política cultural lusitana passou da propaganda e legitimação de uma ideologia conservadora (deus, pátria, família, lusotropicalismo), para um processo de “caos”, no qual era preciso fazer tudo ao mesmo tempo.

O segundo é a centralização dos investimentos, ainda hoje a maioria destes ficam em Lisboa e no Porto. Além do mais, existe um clima de concorrência, entre as cidades, pelo mesmo tipo de infraestruturas e eventos culturais, determinando um contexto de fraqueza no setor (Pérez, 2009).

### **III.2 Os impactos turísticos nas cidades do património**

O progressivo desenvolvimento do turismo nos destinos de turismo cultural pode causar impactos de ordem ambiental, social e económico que, com o tempo, podem causar danos irreversíveis no mesmo património.

Os impactos de ordem ambiental, como sublinham Timothy e Boyd (2007), não são facilmente atribuídos, de modo exclusivo, aos comportamentos dos turistas mas, por sua

---

<sup>121</sup> Em Itália, desde 1990, até 2002, as presenças turísticas nas cidades do património tiveram um acréscimo de 79%, enquanto as cidades marítimas apresentaram um aumento de 56% (dados do TCI, 2005).



vez, em alguns casos podem também ser produtos dos maus hábitos por parte dos habitantes do lugar.

Estes podem-se distinguir em deterioramento, resíduos/poluição e vandalismo.

A deterioração que pode sofrer um sítio pode variar entre um nível muito baixo e um nível extremamente significativo, causada pela excessiva pressão humana, devida, por exemplo, ao pisoteio contínuo na calçada de uma praça, ou ao parar nos degraus de um sagrado ou de uma igreja, e assim por diante.

A produção de resíduos constitui outro efeito negativo que o turismo gera nos lugares.

Embalagens de fast-food, beatas de cigarros, latas, garrafas partidas, não só podem arruinar a atmosfera de um lugar, mas também implicam um custo para a limpeza.

Mais especificamente, resíduos de gelados, doces e pastilhas elásticas, produzem muitas vezes manchas pegajosas no chão, nas paredes e nas fontes que se não forem removidos imediatamente pode deixar marcas indeléveis.

O terceiro fator que produz um grande impacto neste segmento do turismo é o vandalismo. Este representa um problema muito grave para a maioria dos locais históricos. Por exemplo, os *graffiti*, as escritas nas superfícies de edifícios antigos, como é o caso recente das escritas que apareceram nas paredes de tijolo do Coliseu em Roma, por parte de turistas russos. Um problema similar é a remoção de partes do património artístico, com o intuito de possuir uma lembrança preciosa, como poderiam ser as tesselas de um mosaico ou de um pavimento.

Sem ter em conta que muitas pessoas preferem ter uma experiência direta com o passado, empenhando-se em atividades como tocar, utilizar e, até mesmo, pisar os objetos históricos. Tudo isto demonstra que, com o aumento do número de turistas, também aumenta alguns maus comportamentos por parte dos mesmos (Ortalli, 2007).

Direcionando a atenção para o impacto social e cultural, um efeito a nível social do turismo prende-se com a transformação dos sítios históricos em locais turísticos. Muitas vezes, verificam-se conflitos entre os residentes e os organismos administrativos envolvidos na restauração e proteção dos lugares (du Cross, Mckercher, 2015).

As massas de turistas presentes nas comunidades históricas e nos sítios ligados ao património criam conflitos com os moradores locais, chegando, em alguns casos, a animadas manifestações, ainda que se tenha em conta que o turismo gera riqueza e emprego. Exemplos significativos são as cidades de Veneza e de Stratford-upon-Avon, esta última em Inglaterra. Na mesma, um estudo realizado por Drohan (1995) evidencia como os moradores se ressentem muito do aumento de tráfego gerado pela presença maciça de turistas, criando tensões permanentes entre as duas populações.

Ao mesmo tempo, os próprios turistas podem-se sentir afetados pela excessiva multidão, que frequentemente causa problemas de segurança, reduzindo o prazer da visita, seja porque a atmosfera local está arruinada, seja porque torna-se mais difícil visitar cuidadosamente as atrações. Tal acontece, em particular, nas cidades do património, em áreas específicas e em determinados momentos: «apesar de uma estreita rua medieval ter a capacidade física de manter um determinado número de pessoas, a imagem e o valioso contexto de um bairro medieval são perdidos, uma vez que está superlotado.

A tolerância, em termos de capacidade, é tal que, muitas vezes, chega à saturação; é neste ponto que há superlotação e o lugar começa a perder seu apelo e a deterioração do seu valor leva a um subsequente declínio» (Orbaşlı, 2000, p. 164).

### **III.3 Custos e benefícios do turismo nas cidades do património**

Em termos económicos, a atividade turística é considerada rentável quando os benefícios superam os custos. Dada a forte transversalidade do turismo, individualizar os custos ex ante não é tarefa fácil. No entanto, está claro de que se trata de uma atividade que produz um rápido rendimento e postos de trabalho, apresenta barreiras laborais bastante baixas, melhora a oferta de serviços (seja para os turistas, seja para os residentes), oferece oportunidades ao comércio e ao artesanato local, incentiva as empresas locais (Anholt, 2007) e, por fim, contribui para o conhecimento da história e da cultura locais, frequentemente desvalorizada pelos residentes e, por vezes, procuradas pelos turistas.

Do lado oposto, o turismo alimenta a inflação e incita a atividade construtiva, ao ponto desta última não ser bem regulamentada, causando as principais destruições irreversíveis no ambiente. Além de provocar o aumento do tráfego, e da pressão antrópica sobre o ambiente, pode conduzir à excessiva especialização da economia, com a perda das tradições culturais e excessiva sazonalidade dos rendimentos. Por vezes, produz custos sociais, nem sempre compensados pelas empresas turísticas - com o consequente atrito entre residentes e visitantes. Mais detalhadamente, se se consideram estes custos turísticos em relação às cidades do património, é possível distinguir os custos *diretos*, *indiretos* e *induzidos*.

Os primeiros reportam-se às despesas públicas para a promoção, organização e informação turística e aos investimentos privados para a gestão de estruturas turísticas.

Os custos indiretos são aqueles provenientes das despesas públicas para as infraestruturas e serviços não diretamente destinados aos turistas, mas utilizados por estes (estradas, recolha de resíduos, transportes).

Os custos induzidos, dificilmente quantificáveis e monetizados, são, por exemplo, a poluição atmosférica, sonora, o aumento do tráfego e a concorrência voraz pelos recursos e serviços tornados raros e preciosos (espaços verdes públicos, transportes públicos) e o aumento da inflação, devido ao crescimento dos preços praticados para o turista.

O desenvolvimento turístico nas cidades do património, com o consequente aumento do número de unidades hoteleiras, de restaurantes e de estruturas dedicadas aos turistas, provoca um acréscimo do valor do imóvel, em particular nas áreas de maior prestígio artístico, fomentando o progressivo desaparecimento das lojas de primeira necessidade ou tradicionais, para dar espaço a pontos de venda de produtos e serviços de destino preferencialmente turístico<sup>122</sup>. Mossetto (1992), com o objetivo de definir as recaídas económicas do turismo nas cidades do património, evidencia três grupos de modelos evolutivos. O primeiro modelo é o de *economia dependente* e distingue a realidade urbana em que a arte e a cultura foram desenvolvidas (ou sofreram uma queda), como consequência dos processos económicos da cidade. É, então, o mesmo progresso económico que dita os tempos de desenvolvimento artístico e arquitetónico, sujeitando a procura turística a simples escolhas económicas e comerciais. Numa situação similar, a arte pode ser uma verdadeira expressão ou assumir um papel de simples atividade comercial. No segundo modelo, apelidado de *cultura dependente*, o sucesso turístico da cidade assenta na sua notoriedade artística e cultural. Uma situação em que a arte é o elemento motriz da economia local e que pode conduzir a um ciclo tanto virtuoso como viciante: no primeiro, a cultura é interpretada como um fator produtivo reproduzível, usado com sabedoria e racionalidade dentro do processo de crescimento económico; no segundo, o bem artístico constitui uma simples parte do sistema produtivo, uma matéria-prima que pode ser consumida sem necessidade de proteção, com o consequente risco de um crescimento incontrolado da procura turística e o desaparecimento do mesmo fator produtivo. No terceiro modelo, chamado *residual*, arte e cultura são efeito de um processo político externo, em resultado de se encontrar frequentemente uma cidade em fase de

---

<sup>122</sup> Tal fenómeno é chamado em economia *efeito de crowding-out*, ou seja, a afirmação da monocultura turística dentro das cidades do património, onde as atividades turísticas que se tornaram mais rentáveis afastam, para além das fronteiras urbanas, as outras atividades. Desta maneira, a cidade corre o risco de perder o próprio tecido social, transformando-se num simples itinerário turístico com oferta banal e repetitiva (Formato, 2006).

transição ou desestruturada, onde os últimos vestígios de antigas civilizações se apresentam como verdadeiros museus a céu aberto.

Se o aspeto económico e o aspeto cultural contribuírem para criar um ciclo virtuoso capaz de alimentar o crescimento, passando por novos investimentos e novas produções de riqueza alcançando o limite de congestão, o terceiro modelo torna-se sinónimo de degradação e deterioração dos recursos artísticos. A cidade do património, no decorrer da sua história, resulta inserida numa ou mais tipologias ou, ao mesmo tempo, pode apresentar características específicas de mais do que um modelo. É, assim, prioritário, em cada fase de análise para a promoção ou para o incentivo de uma localidade turística, avaliar estas “recaídas económicas” da cidade, a fim de implementar políticas turísticas idóneas orientadas para a sustentabilidade e durabilidade. Na Fig. 18 há uma síntese final dos custos e benefícios do turismo das cidades do património.

CUSTOS	BENEFÍCIOS
<p>PARA AS INSTITUIÇÕES:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Resíduos urbanos</li><li>- Transporte e tráfego</li><li>- Parques de estacionamento</li><li>- Desgaste dos recursos de base</li><li>- Concentração espacial</li><li>- Ambiente e sustentabilidade</li><li>- Estética da cidade</li><li>- Vantagem posicional</li></ul> <p>PARA OS RESIDENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aumento dos preços de bens e serviços</li><li>- Perda de identidade</li><li>- Aumento dos preços dos imóveis</li><li>- Rendimento só para algumas categorias</li></ul>	<p>PARA AS INSTITUIÇÕES:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mais impostos dos salários mais altos</li><li>- Setor motriz da economia</li><li>- Imagem positiva</li><li>- Valor económico e social adicionado</li><li>- Integração entre as culturas</li></ul> <p>PARA OS RESIDENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mais ocupação</li><li>- Mais lucro</li><li>- Melhoria dos serviços</li><li>- Mais infraestruturas</li><li>- Mais vantagem locativa</li></ul>

Fonte: elaborado pelo autor.

Fig. 18 - Custos e benefícios do turismo das cidades do património.

### III.4 Planear o turismo nas cidades do património

A relação multifacetada entre o turismo e o ambiente, especialmente se o último é particularmente complexo, tal como poderia ser um tecido histórico urbano, impõe a necessidade de planear o desenvolvimento turístico, seguindo um modelo não só sustentável do ponto de vista ambiental, como também uma abordagem que tenha em conta as complexidades e as peculiaridades do local sujeito a planeamento turístico: «defender e valorizar os legados físicos do passado representa um imperativo para as sociedades contemporâneas e um desafio para o território» (Brito Henriques, 2003, p.7).

A proteção do grande património histórico e artístico não pode ser reduzida a uma mera operação cultural, mas deve ser englobado no debate mais amplo das políticas de desenvolvimento urbano «que possibilita elevar aí os valores fundiários e reintroduzi-los num processo especulativo de produção urbana» (Barata Salgueiro, 1999, p. 402).

É sabido que uma área urbana é um espaço disputado não apenas por diferentes interesses ou sujeitos económicos, mas é também o lugar onde se expressam diferentes visões políticas, às vezes não compatíveis entre elas.

Portanto, a decisão de iniciar o desenvolvimento turístico numa cidade do património não pode ser limitada à abertura de uns equipamentos ou a interdição de tráfego de veículos em algumas zonas do centro, mas antes, pelo contrário, pressupõe uma avaliação sagaz dos efeitos do desenvolvimento do turismo sobre o tecido da cidade, desde que este se torne uma nova função que é somada às outras já existentes.

O problema assume maior relevo em relação à mais numerosa concentração de bens histórico-artísticos e à escassez dos espaços, característica muito frequente nas cidades históricas.

É, assim, imperativo conciliar duas exigências opostas: por um lado, a de conservar e proteger o património cultural que é o recurso fundamental sobre o qual se alimenta o próprio turismo; por outro lado, a tendência de maximizar o uso deste recurso, com o intuito de recolher um maior benefício económico produzido pela atividade turística, acelerando os fenómenos de degradação e de transformação dos lugares.

Esta contraposição é explícita no caso de se considerar o aspeto temporal dos fenómenos examinados: o turismo representa excecionalidade, a ocasião de usufruir os recursos territoriais por um arco temporal limitado, enquanto a cidade, com o seu património cultural e as suas funções urbanas, representa estabilidade e o futuro certo; daqui a necessidade de proteger os recursos nos tempos vindouros (Ruggiero, 1999).

O Quadro 17 esquematiza, em síntese, a relação conflitual entre os dois fenómenos.

<b>PATRIMÓNIO CULTURAL</b>	<b>GESTÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL</b>	<b>ORGANIZAÇÃO DO TURISMO</b>
Objetivo	Valorização e conservação de modo a reforçar a identidade do lugar (social)	Transformação do lugar do destino turístico (comercial)
Usufruidor	Residentes	Turistas, visitantes
Atores	Entidades públicas, associações, fundações	Tour operators, agências de viagens, empresas hoteleiras
Organizações internacionais de referência	UNESCO (conservação e promoção da cultura)	UNWTO (promover a difusão do turismo no mundo)

Fonte: Rocca, 2014, p. 327. Reelaborado pelo autor.

Quadro 17 - Gestão do património cultural e organização do turismo.

Assim, uma solução para estas problemáticas passa pelo planeamento, que tem que ter em conta todos os diferentes elementos materiais e imateriais presentes no território, como os sociais, económicos, psicológicos e antropológicos, relacionados com o passado e com o futuro do território numa visão global (Gunn, 1972).

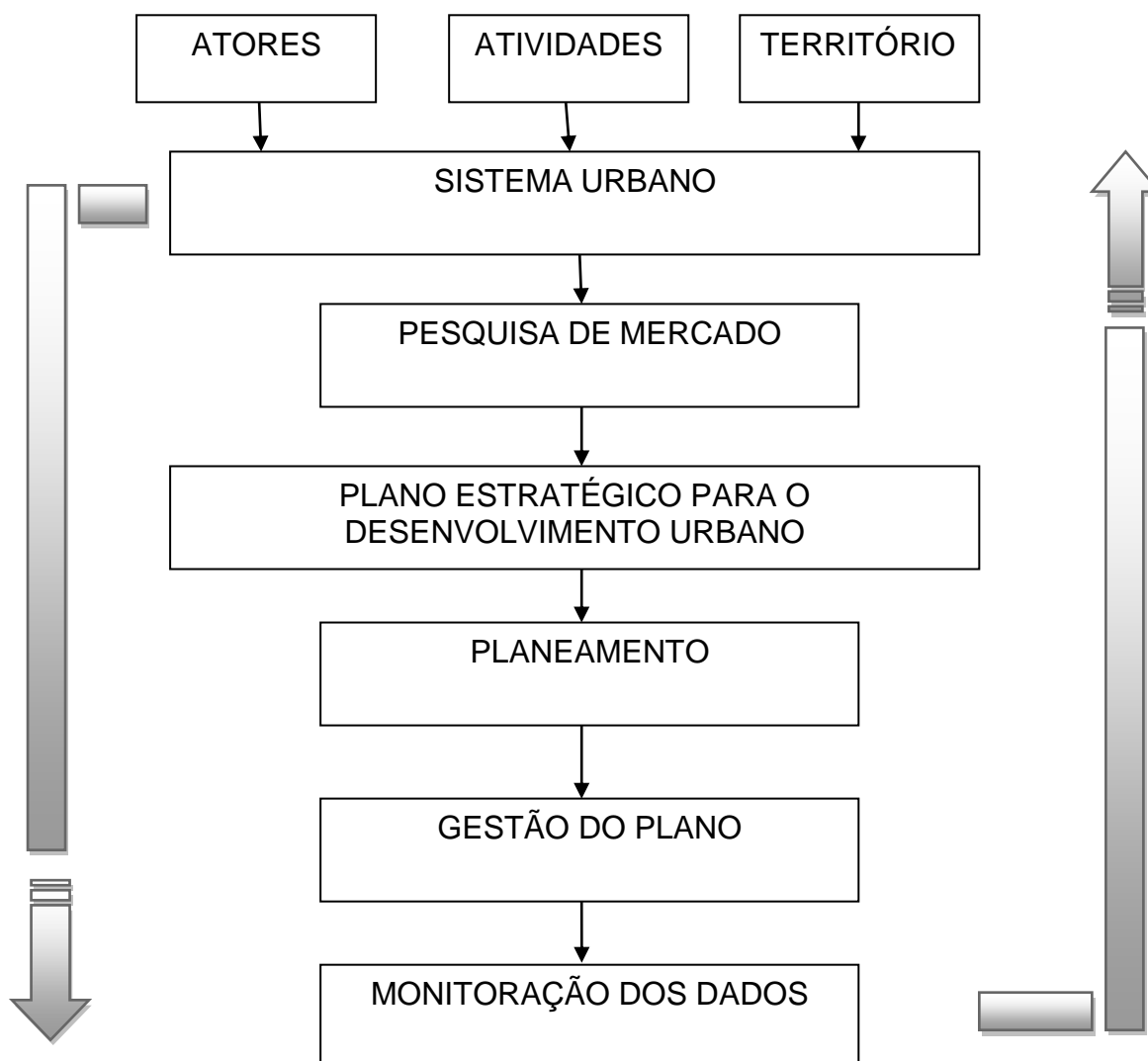
Mais especificamente, «o desenvolvimento do turismo urbano requer o planeamento do território (...) isto pode acontecer por meio de planos especializados para o turismo, elaborados para os lugares urbanos, ou mais apropriadamente, o turismo está incluído como um dos elementos de um plano geral global» (Inskeep, 1991 p. 29).

Em suma, representa um modelo de desenvolvimento global do turismo, que vê no *planeamento estratégico* o seu ponto de coesão (Scarpelli, 2002).

O *plano estratégico* é, portanto, um instrumento de gestão do território endereçado ao desenvolvimento do mesmo, através da individualização de objetivos e de linhas de ação de planeamento, com a particular característica de ser um documento partilhado pelos atores do território (Papa, 2010). O esquema da Figura 19 clarifica, em síntese, um processo virtuoso de planeamento estratégico.

O núcleo urbano (na parte de cima do esquema) é considerado um sistema, em que os componentes atores, atividades e território interagem entre eles, determinando a unicidade e a identidade do sistema urbano.

A fase seguinte compreende a parte inerente ao posicionamento estratégico da cidade dentro do mercado (por exemplo, no âmbito do turismo urbano, considerados os recursos disponíveis, analisa-se o mercado que se quer atingir) e a de partilha dos objetivos prefixados pelos autores. A fase de planeamento deve conter as peculiaridades histórico-artísticas do centro histórico, considerado por meio dos princípios teóricos expressos pelo restauro urbano<sup>123</sup>. A fase seguinte, de gestão, pode ser interpretada como uma *sala de produção*, para verificar se os objetivos do plano foram atingidos e, então, iniciar um novo processo virtuoso de planeamento, considerando as variações verificadas temporalmente.



Elaborado pelo autor.

Fig. 19 - Planeamento sustentável das cidades do património.

<sup>123</sup> Existem na literatura italiana diversas definições de restauro urbano, a partir daquela dada em 1961 por Roberto Pane. Por simplificação, reporta-se aqui a definição de Boriani: «a disciplina que enfrenta os problemas de preservação, de conservação e de reutilização do património histórico-arquitetónico e paisagístico entendido como sistema, isto é estrutura formal complexa resultado da contínua ação do homem e da natureza no território» (Boriani, 2008).

No caso específico dos centros históricos (e num sentido lato, também das cidades do património, as quais podem ser consideradas uma extensão concetual dos anteriores), o tema apresenta-se ainda mais complexo, dada a fragilidade do objeto a planear.

Atualmente, o tema da conservação e do restauro dos centros históricos e das cidades de património é muito debatido a nível global, seja pelo ponto de vista político, seja pelo científico (Gianbruno, 2007).

De facto, o grande interesse do público pelas cidades pré-industriais não pode estar circunscrito apenas à função de grande conservador de obras de arte (cf. parágrafo I.2.4) mas, como sublinha Secchi (2011), apresenta pelo menos três razões distintas.

A primeira refere-se ao grande conforto do espaço público. Este não está apenas limitado à forma ou às irregulares articulações destes espaços, mas aponta, por seu lado, para as condições do microclima do edificado, na relação deste último com os espaços livres, na orientação dos edifícios, nos materiais utilizados.

Uma segunda abordagem mobiliza a natureza dos espaços abertos: das estradas, das praças, dos pátios, onde decorrem os principais hábitos coletivos, desde a festa ao mercado e aos ritos religiosos.

A sucessão de pequenos espaços que se ampliam dramaticamente em praças com vista para edifícios religiosos ou de grande interesse, provoca ainda no observador sensações prazerosas de admiração e interesse (Choay, 2003).

Uma terceira abordagem deriva diretamente das duas precedentes e é, provavelmente, a mais subtil: defende a relação entre a cidade e do seu território circunstante, a partir da adaptação da orografia do solo até ao feliz relacionamento com a paisagem extraurbana, que restituem uma imagem complexa de uma cidade sugestiva e de alta qualidade - aspeto que dificilmente é possível encontrar na cidade contemporânea.

Na verdade, grande parte das cidades europeias, em particular aquelas na área mediterrânea, têm uma origem antiquíssima, sendo, na maioria dos casos, urbes fundadas na época greco-romana, que apresentam uma implantação citadina quase integral, formada por edifícios que geralmente mostram interessantes estratificações.

Entretanto, o restauro urbano não apresenta poucas dificuldades: desde o conflito entre a propriedade privada e o bem público à procura de financiamentos públicos (sempre mais difíceis numa época de recessão económica), passando pelos evidentes problemas ligados à disciplina das novas funções urbanas compatíveis com o construído, como aquelas ligadas ao comércio e ao consumo cultural.

Neste contexto, tem que se analisar que a tendência atual. Na maioria dos casos, considera-se o simples restauro de antigos edifícios ou de antigas oficinas, não com o



propósito de os valorizar como testemunhos do passado, mas mais no sentido de os orientar para novas funções, de acordo com as exigências económicas do presente. Assim, juntamente com a escolha da localização da intervenção por motivos funcionais, assume cada vez mais importância a localização simbólica e a realização dos *espaços de amostra*.

Os centros históricos das cidades transformam-se, então, em polos organizados, que funcionam como um enorme íman de atração para os novos residentes e turistas (Codeluppi, 2007). Os residentes são caracterizados por terem uma boa capacidade económica e, sobretudo, são atraídos pelos baixos valores imobiliários e pela mudança do gosto, «a procura da heterogeneidade, do pequeno, do personalizado, do diferente são um modo de pôr em causa a cidade estandardizada dos grandes projetos, das grandes alturas, do impessoal e do massificado, que se produz nas novas urbanizações da periferia e leva à valorização de espaços antigos, que assim renascem para novos destinos» (Barata Salgueiro, 1999 p. 401).

Estes centros requalificados acolhem novas funções comerciais, residenciais e de serviço destinadas às classes sociais mais ricas, dando origem ao fenómeno conhecido por *gentrification* (Morelli, 2010).

Ao mesmo tempo, a presença de restaurantes e cafés abrangidos pelas transformações provocadas pela regeneração urbana acionam o processo de *turistificação* destas áreas, alimentando «novas procuras no domínio do comércio, da hotelaria, dos serviços e equipamentos de cultura e lazer» (Barata Salgueiro, 2005, p. 268). Ambos os fenómenos, se não controlados, podem levar à ocorrência de uma profunda alteração dos centros históricos: frequentemente, nas ações de regeneração urbana, privilegia-se a aparência externa de edifícios e dos espaços em vez do aspeto socioeconómico, a tal ponto que a devida consideração deste último caracteriza qualitativamente a ação de restauração (Gonçalves, 2002)<sup>124</sup>. Deixando à parte o aprofundamento das causas e das soluções que limitam o fenómeno da *gentrification*, nesta argumentação é mais apropriado concentrar a atenção sobre o fenómeno da *turistificação* dos centros históricos. Assumindo que a completa museificação dos centros históricos é uma forma de recuperação não de todo aceitável, é essencial que o adequado planeamento do turismo tenha em conta os limites a serem colocados ao desenvolvimento turístico, perseguindo um modelo capaz de garantir uma sustentabilidade duradoura, baseado na relação dinâmica tripolar entre os

---

<sup>124</sup> O *patrimônio como categoria de pensamento*. (2002): [http://www.propipi.uff.br/turismo/sites/default/files/mp\\_21\\_29.pdf](http://www.propipi.uff.br/turismo/sites/default/files/mp_21_29.pdf). (último acesso 16.07.2016).

principais componentes do turismo, "residentes-turistas-ambiente", em que as duas primeiras variáveis do relacionamento afetam a terceira.

A fim de realizar, como descrito acima, é preciso encontrar um equilíbrio entre os objetivos das diferentes partes interessadas, adotar uma abordagem que tenha em conta as sobreposições e as interações dos domínios de ação de cada um.

Os sociólogos do turismo esclarecem como a relação *host-guest*, já abordada anteriormente, pode facilmente degenerar em confrontos e conflitos. Estes dependem, principalmente, das diferenças culturais e dos costumes das duas populações, sendo também afetada por outros fatores, tais como a natureza dos contatos (diretos e indiretos) entre os dois grupos humanos e, portanto, também a intensidade e a duração do contato (Pérez, 2009). Na maioria das vezes, é precisamente nos centros históricos que existe a maior concentração de equipamentos e de serviços para turistas, podendo estes degenerar em lugares de intolerância e de confronto<sup>125</sup>. A título de exemplo, a Quadro 18 mostra a relação turistas/residentes para o ano de 2008. Será imediatamente possível notar o grande número de turistas em relação aos moradores na cidade de Veneza, que muitas vezes é a causa de atrito entre os dois tipos de população.

CIDADES	TURISTAS/RESIDENTES
Barcelona	4.4
Bruges	6.5
Londres	3.6
Paris	7.1
Sevilha	3.5
Florença	7.8
Roma	3.7
Veneza	35.7

Fonte: Becheri, 2009, p. 22.

Quadro 18 - Relação entre turistas e residentes em algumas cidades europeias (2008).

---

<sup>125</sup> É notório que, principalmente, os centros históricos das grandes cidades são utilizados como lugares de encontro das populações turísticas, mas também dos residentes de outras zonas da cidade (em particular jovens, *flâneur*), que usualmente com o seu comportamento causam distúrbios à tranquilidade pública, alimentando conflitos com os residentes.

As Cartas e Declarações produzidas pelos órgãos oficiais e dedicadas ao turismo foram-se sucedendo, com o intuito de dar uma maior consistência a tais conteúdos, definindo prioridades, objetivos e meios necessários para promover o turismo sustentável em ambientes urbanos históricos com problemáticas muito diversificadas<sup>126</sup>.

Todos estes documentos apelam diretamente ou indiretamente ao conceito de *capacidade de acomodação*<sup>127</sup> que, aplicado ao turismo, não só indica o número máximo de pessoas que podem entrar numa determinada área, mas é utilizado também para assinalar o limite (número de pessoas) que, uma vez superado, originará efeitos negativos sobre o ambiente físico (capacidade ecológica) e sobre a experiência dos visitantes (capacidade social).

Sobre este assunto, O'Reilly (1986) esclarece que tal conceito conduz a duas escolas de pensamento distintas. Enquanto uma considera como elemento fulcral para a determinação da capacidade de acomodação, o número de turistas desejados pela comunidade local, a segunda, por sua vez, concebe a capacidade de acomodação como o limiar além do qual os fluxos turísticos tendem a diminuir, sendo superados os valores limite da localidade consideradas aceitáveis pelos turistas.

A capacidade de acomodação de um destino, sendo um conceito de natureza dinâmica, resulta fortemente diversificada com base na posição das localidades no seu ciclo de vida e assume valores diferentes segundo o perfil de análise.

Na fase de exploração, por exemplo, o valor da capacidade de acomodação a nível social poderia resultar muito elevado, quase ilimitado, enquanto, a nível físico, por falta de estruturas, poderia assumir valores mais contidos.

O caso oposto surge na fase de estagnação, em que o desenvolvimento das estruturas alcançou o seu ápice, sendo muito elevada a capacidade de acomodação física - ainda que a comunidade local se encontre numa condição antagónica no que diz respeito ao turismo, tornando os parâmetros sociais um fator limitante.

A individualização da capacidade de acomodação ideal do destino nas várias fases do ciclo de vida, unida à definição de uma adequada política de desenvolvimento turístico,

---

<sup>126</sup> Entre os mais recentes e importantes encontram-se a Carta do Turismo Sustentável de Lanzarote (1995) promovida pelas UNWTO, UNESCO, União Europeia, a Carta de Calvià 2004 e a Conferência Internacional sobre a Gestão do Turismo Sustentável e Heritage Sites 2008 de Huangshan (China).

<sup>127</sup> O conceito de capacidade de acomodação foi primeiramente usado no tema das dinâmicas das populações, onde indicava o número de organismos vivos sobre um determinado território, no qual a população é contante, visto que a taxa de mortalidade e de crescimento se equilibravam. Aplicada ao turismo a partir dos anos oitenta, a capacidade de acomodação não é adequada a definições simples e imediata; sob este termo se esconde um compromisso entre o desejo de minimizar os danos sobre o ambiente, entendido como recurso, e o de maximizar o seu usufruto.

manifesta-se como parte integrante do processo de planeamento do turismo e como pressuposto inevitável para evitar o seu declínio.

Numerosos problemas são encontrados por traduzir em termos operativos o conceito de capacidade de acomodação como, por exemplo, nas cidades do património, em que o ponto sensível é a concentração de visitantes em áreas particulares em determinados períodos.

Daqui se entende que o valor de capacidade de acomodação depende do tipo de área em exame e da sua extensão.

De facto, quanto mais vasta a área em consideração, mais aproximado é o valor calculado, dependendo também da tipologia das atrações principais presentes no território: um parque natural tem valores completamente diferentes de um centro histórico ou de um local arqueológico.

As considerações aqui tratadas aclararam como o cálculo deste valor pode ser muito complexo, não existindo uma forma inequívoca de estabelecer a capacidade de acomodação de um centro urbano, sendo que, as variáveis a considerar são muitas, como a estação, o espaço, o ambiente e a cultura (Orbaşlı, 2000). Portanto, não é um valor absoluto, cada localidade tem um limite de margem ou tolerância, diferente de lugar para lugar.

Todavia não é menos problemático a determinação daquele valor. Estas complicações levaram alguns estudiosos a concluir que a noção de capacidade de acomodação para um centro urbano é errónea ou imperfeita. Com este propósito, Wall (1982) demonstrou que qualquer seja o critério estabelecido para o cálculo da capacidade de acomodação, este último terá uma forte componente subjetiva, porque cada localidade é distinta das outras e, até observando o mesmo local, as condições consideradas limitadoras para um visitante podem ser aceitáveis para um outro.

No entanto, é a partir da individualização dos critérios em que se baseiam e selecionam a clientela turística, com o intuito de não superar a capacidade de acomodação, que podem surgir dados importantes sobre a igualdade ou aplicabilidade dos mesmos (Costa, 1993). Tendo a utilização desta metodologia resultados pouco significativos, diversos estudiosos têm aprofundado a afinação de modelos específicos com base em contextos ambientais particulares<sup>128</sup>.

---

<sup>128</sup> A Organização Mundial para o Turismo distinguiu oito tipos de ecossistemas: zonas costeiras, zonas montanhosas, parques e áreas naturais protegidas, locais ecológicos de particular importância, áreas metropolitanas/urbanas, locais culturais (tradições locais), locais culturais (património artístico), pequenas ilhas e arquipélagos; fazendo referência a alguns destes categorizou ainda indicadores específicos.

No caso específico de uma cidade do património, alguns autores preferem falar da “capacidade de acolhimento”, que indica o limiar máximo de visitantes para além do qual uma cidade é incapaz de garantir uma qualidade aceitável de satisfação de serviços e do seu património cultural (Brognia, 2003). As políticas urbanas de contenção dos efeitos negativos podem ser múltiplas e de natureza variada, e como tal seria difícil enumerar cada uma delas.

Importante para a sustentabilidade do destino é que os limites do crescimento do turismo são determinados em conjunto, de modo que os interesses de todas as partes interessadas (stakeholders) podem ser garantidos ao longo prazo (Munsters, 2012).

Na Quadro 19, há uma síntese imediata dos vários objetivos das partes interessadas.

<b>ATORES- CHAVES</b>	<b>OBJETIVOS</b>
domínio de preservação cultural	otimizar a preservação da cultura
comunidade de acolhimento	maximizar os benefícios sócio-culturais e económicos
turistas culturais	melhorar o valor das férias dos turistas com uma rica experiência cultural
indústria do turismo	maximizar retornos de longo prazo garantir a continuidade e compatibilidade das empresas locais

Fonte: Munsters, 2012, p. 40.

Quadro 19 - Atores-chave relativamente aos objetivos do turismo sustentável.

Entre as políticas a longo prazo referencia-se o “de marketing”, uma estratégia que tende a diminuir a procura turística, mas que se trata de uma solução que poderá ter resultados muito tardios com base em investimentos imediatos<sup>129</sup> (Bagnoli, 2010).

Para as estratégias de curto e de médio prazo, assinalam-se (Bagnoli, 2010):

- O “pote de mel”. Se numa região existir apenas uma área específica que magnetiza os fluxos turísticos (o pote de mel), providenciar-se-á a organização de atividades de atração turística nas áreas circunstantes, sendo possível descomprimir o fluxo em direção ao “pote”. Por exemplo, no último Jubileu em Roma (2000), foram organizadas nas outras cidades de Lázio, que hospedavam peregrinos, serviços rápidos e eficientes de ligação com a capital, para a visita à Porta Santa de São Pedro e às várias basílicas e, ao mesmo tempo, foram organizadas nas mesmas

<sup>129</sup> A cidade de Veneza, cidade do património a nível mundial, representa um caso típico sobre o qual se podem introduzir políticas de de-marketing, particularmente durante os períodos altos de procura turística.

cidades de Lázio eventos ad hoc específicos e de grande atração, de modo a desencorajar mais deslocações para a cidade capital.

- Outro instrumento é a restrição de entradas que, por vezes, apresenta notáveis dificuldades de aceitação, seja por parte dos turistas, seja pela comunidade local. Por norma, esta iniciativa apresenta também dificuldades em termos de atuação, estando fundamentada na complicada distinção entre os viajantes-turistas (aos quais está aplicada a restrição) e os viajantes-não turistas (aos quais é necessário permitir o livre acesso). Uma solução poderia ser a limitação da circulação dos autocarros turísticos ou, então, a aplicação de uma política urbana sobre o estacionamento.
- Por fim, o último instrumento emprega uma forma de acesso paga, tendo em conta que quanto mais alto for o preço menos consumidores existirão. No entanto, é essencial fazer algumas reflexões de ordem ética sobre este tema. Por exemplo, se se considera que a Carta sobre o Turismo Cultural do ICOMOS evidencia o aspeto educativo na visita do património cultural, segue-se que este último deve ser acessível ao maior número de pessoas e não apenas a quem tem elevadas capacidades económicas. Por outro lado, introduzir uma portagem aos lugares turísticos pode gerar a libertação dos custos de manutenção do bem por parte dos residentes que, por vezes, podem ser muito elevados, retirando recursos a outras iniciativas.

Em conclusão, a cultura e a cidade têm uma relação muito estreita. De alguma forma, podemos dizer que a cultura é um produto da cidade. Atualmente, o turismo é apenas uma das várias funções da cidade e ajuda a caracterizar um espaço urbano.

Nas cidades património, a situação é ainda mais complexa: os espaços urbanos são de grande valor artístico e recolhem todas as funções urbanas, gerando-se, por vezes, conflitos com as políticas de proteção e de conservação do património. Mas não se deve esquecer que a cidade do património não é um museu ao ar livre, e as cidades são um organismo vivo que consome e produz.

O crescimento exponencial do turismo pode causar sérios danos ao património, num impacto adicional aos já produzidos por outras funções urbanas. Por este motivo, em algumas cidades onde os impactos da pressão turística têm alcançado níveis insustentáveis (por exemplo, Veneza), é necessário implementar eficazes políticas de controlo para conter os fluxos.

## IV O TURISMO CULTURAL RUMO ÀS CIDADES DO PATRIMÓNIO EM ITÁLIA E EM PORTUGAL

Este capítulo apresenta uma breve análise dos dados atualmente disponíveis sobre os fluxos turísticos, em geral, no mundo e na Europa mediterrânica. Dá uma maior atenção ao turismo cultural das cidades com património de Itália e Portugal, abordando as respetivas características e os possíveis desenvolvimentos em ambos os países.

Como já referido anteriormente, o turismo é a mais importante atividade de serviços à escala global e aquela em que com mais propriedade se pode falar de uma verdadeira concorrência à escala planetária.

De facto, as fronteiras abertas permitem localidades que ficam as antípodas de competir pelo mesmo turista.

A larga maioria dos países da OCDE possui um setor do turismo forte e a quase totalidade dos países em vias de desenvolvimento elegeu o turismo como atividade estratégica essencial para o seu desenvolvimento futuro.

Neste contexto, emergem duas conclusões importantes:

- O turismo continuará a crescer à escala global;
- A concorrência entre destinos alternativos será cada vez mais intensa.

Num contexto de maior concorrência, é preciso diferenciar cada destino, exatamente numa altura em que um posicionamento distintivo assume maior importância na captação de turistas.

Por outro lado, o conceito de diferenciação é dinâmico: o que hoje é distintivo pode amanhã ter sido adotado por um ou mais dos destinos concorrentes e deixar de ser relevante.

Além disso, a mesma *Butler sequence* demonstra a variabilidade dos fluxos turísticos em função das suas fases evolutivas de um destino turístico.

Por este motivo, o desafio estratégico que se coloca à atividade turística em cada país não é apenas:

- eleger fatores diferenciadores que sejam (percecionados como sendo) relevantes face à concorrência;
- a criação de condições de mercado, para que esse fator diferenciador possa evoluir e adaptar-se de modo a manter a sua relevância face à concorrência.

Numa breve visão geral sobre o desenvolvimento do turismo mundial e, em particular, em Itália e Portugal, de acordo com os dados da UNWTO, os fluxos turísticos mundiais em 2015 registaram cerca 1,184 de mil milhões de chegadas, com um aumento anual de 4,4% comparativamente com o ano anterior (ou seja, cerca de 50 milhões a mais).

Quase todas as áreas macro do mundo registaram aumentos nas chegadas: o aumento foi mais pronunciado para a Ásia e o Pacífico (5,4%), seguida pelas Américas (5,0%), Europa (4,7 %) e Médio Oriente (1,6%); apenas a África caiu (-2,9%).

A Europa - que se confirma a área mais visitada do mundo - atingiu 607.6 milhões de chegadas, com cerca de 27,4 milhões de turistas a mais do que em 2014.

O aumento é perceptível mesmo no Sul da Europa/Mediterrâneo (da qual Itália e Portugal fazem parte). Apresenta, sempre em relação aos dados do ano passado, um aumento de 10,3 milhões de chegadas (+ 4,7%).

Obviamente, este aumento do turismo tem assimetrias territoriais, existem áreas que tiveram um aumento no número de visitantes, e outros menos.

Neste sentido, o secretário-geral da OMT Taleb Rifai em um recente comunicado esclarece: «O turismo internacional chegou a novos máximos em 2015... Os resultados de 2015 foram influenciados pelas taxas de câmbio, preços do petróleo e as crises naturais e artificiais em muitas partes do mundo. À medida que o ambiente atual destaca de forma particular, as questões de proteção e segurança, devemos lembrar que o desenvolvimento do turismo depende muito da nossa capacidade coletiva para promover uma viagem segura e transparente<sup>130</sup>».

Na Quadro 20, apresentam-se os dados relacionados com os fluxos turísticos nos anos 2014 e 2015 distinguido por ordem de país mais visitado (apenas os primeiros 10).

---

<sup>130</sup><http://www.publituris.pt/2016/01/18/turismo-mundial-atinge-recorde-de-1184-milhoes-de-viajantes-internacionais/> (ultimo contacto 02.06.2016).



Chegadas internacionais (em milhões)				
Posição	País	2014	2015	Var. %
1	França	83,7	84,5	0,9
2	E.U.A.	75,0	n.d.	n.d.
3	Espanha	64,9	68,2	3,3
4	China	55,6	56,9	2,3
5	Itália	48,6	50,7	4,4
6	Turquia	39,8	n.d.	n.d.
7	Alemanha	33,0	35,0	2,0
8	Reino Unido	32,6	n.d.	n.d.
9	México	29,3	32,1	2,8
10	Rússia	29,8	31,3	1,5
35	Portugal	9,09	n.d.	n.d.

Fonte: UNWTO World Tourism Barometer, vol.14 - May 2016.

Quadro 20 - Top 10 dos destinos turísticos internacionais.

No ranking mundial 2015, a Itália está em quinto lugar em relação ao número de chegadas de estrangeiros (46 milhões). Para Portugal, são disponíveis dados até o 2014, com um fluxo turístico estrangeiro de 9,09 milhões e o país fica ao 35º lugar no ranking mundial.

Como consequência do crescimento generalizado do turismo, também as receitas turísticas internacionais no mundo cresceram, e nos últimos cinco anos registrou-se uma média anual de 6,5%.

Na Europa mediterrânica, em particular o crescimento foi de 5.5% (Turismo 2020 – Turismo de Portugal, p. 28)<sup>131</sup>.

Na Quadro 21 mostram-se as receitas turísticas dos países mediterrânicos da UE.

<sup>131</sup>

<http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGU%C3%8AS/TURISMODEPORTUGAL/DESTAQUE/Documents/turismo-2020-cinco-principios-para-uma-ambicao.pdf> (último acesso, 20.07.2016).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Portugal	5.3	5.4	5.4	5.9	5.8	5.9	6.1	6.6
Espanha	31.2	31.4	31.1	31.9	31.9	31.2	31.1	31.3
França	28.3	27.7	27.8	27.4	28.1	28.8	28.2	27.1
Itália	22.3	21.7	22.6	22.6	22.0	22.1	21.8	21.9
Grécia	8.1	8.4	8.1	7.4	7.5	7.2	8.0	8.5
Croácia	4.8	5.4	5.0	4.8	4.7	4.7	4.8	4.7

Fonte: Turismo 2020 – Turismo de Portugal, p. 28.

Quadro 21- Quota de mercado turístico internacional na área do Mediterrâneo (%).

Como se pode facilmente detetar, a Itália tem nos últimos anos um valor quase constante, com um ligeiro decréscimo nos anos 2009-11. Já Portugal tem valores crescentes durante todo o período de projeção. De facto, no seio do Mediterrâneo, onde se concentram os principais destinos concorrentes, Portugal evoluiu de uma quota de mercado de 5,3% em 2007 para uma quota de mercado de 6,6%, num período em os restantes destinos perderam ou mantiveram a sua quota de mercado (à exceção da Grécia).

Com base na tendência atual, neste ano 2016 a OMT projeta as chegadas de turistas internacionais a crescer do 4% em todo o mundo.

Por região, o crescimento deverá ser mais forte na Ásia e no Pacífico (entre o 4% - 5%) e nas Américas (entre o 4% - 5%), seguida pela Europa (entre o 3,5% - 4,5%).

Para o segmento do turismo cultural, as estatísticas de OMT incluem o turismo cultural na classificação geral *leisure, recreation and holiday*, segundo as últimas estimativas OMT (Tourism Towards 2030, apresentado em 2011).

Em geral, no período 2010-2030, o número de chegadas internacionais por aqueles motivos cresce de 3,3% (Garibaldi, 2014).

A seguir irá examinar as políticas de tamanho e de desenvolvimento do turismo cultural para as cidades do património na Itália e em Portugal.

#### IV.1 Dimensão e características do turismo cultural rumo às cidades do património em Itália.

No período 2008-15, o fluxo turístico estrangeiro para Itália regista um crescimento substancialmente constante, com exceção do pico absoluto de 2011 e mais recentemente, nos primeiros meses de 2016, como se pode verificar na Quadro 22.

O aumento do turismo estrangeiro nos primeiros meses de 2016 é mais explicado pela queda do mercado de turismo dos países árabes do Mediterrâneo, (devido aos acontecimentos decorrentes de instabilidade política) do que por uma política de promoção eficaz.

A Itália paga em nível internacional uma série de deficiências, onde se destacam pelo menos dois (do Relatório Sociedade Geográfica Italiana, 2008):

- a política de promoção turística nacional foi fragmentada e conduzida pelas regiões singulares (Sicília, Toscana etc.), como resultado das políticas de descentralização nefastas produzidas em anos anteriores;
- a falta de competitividade em relação ao produto-preço, em favor dos países concorrentes, principalmente devido a uma rigidez do sistema.

Ano	Chegadas	Dormidas	Duração média	Var. % chegadas	Var. % dormidas
2008	41.796.724	161.797.434	3,9	-2,5	-1,0
2009	41.124.722	159.493.866	3,9	-1,6	-1,4
2010	43.794.338	165.202.498	3,8	6,5	3,6
2011	47.460.809	176.474.062	3,7	8,4	6,8
2012	48.738.575	180.594.988	3,7	2,7	2,3
2013	50.263.236	184.793.382	3,7	3,1	2,3
2014	51.635.500	186.792.507	3,6	2,7	1,1
2015*	53.340.903	190.448.371	3,6	3,3	2,0
jan.-feb.2016*	4.422.878	15.315.970	3,5	5,1	3,3

Fonte: ISTAT, \* dados provisório.

Quadro 22 - Chegadas e dormidas de estrangeiros em Itália 2008-2015.

Recentemente, o atual ministro da Cultura e Turismo Dario Franceschini, através de um documento programático<sup>132</sup>, divulgado na ocasião da última reunião dos “Stati Generali del Turismo”<sup>133</sup> realizada em Nápoles entre 7 e 9 de abril 2016, esclarece que a relação turismo e cultura é uma das pedras angulares da oferta turística nacional<sup>134</sup>.

De fato, como veremos nas seguintes Quadro 23, nos anos de 2013 e 2014 o turismo cultural para as cidades do património é clara superioridade sobre outros tipos.

Tipos de Localidades	2013			2014			Var. %	
	Chegadas	Dormidas	Dur. média	Chegadas	Dormidas	Dur. média	Ch.	Dor.
Interesse histórico e art.	22.691.248	62.453.041	2,8	23.003.495	63.151.472	2,7	1,4	1,1
Narítimas	8.453.558	43.599.622	5,2	8.777.012	44.034.290	5,0	3,8	1,0
Lacustres	4.517.620	22.915.971	5,1	4.604.681	23.012.413	5,0	1,9	0,4
Montanhosas	4.350.977	20.859.784	4,8	4.582.478	21.369.632	4,7	5,3	2,4
Colina	2.052.254	9.199.162	4,5	2.104.059	9.167.429	4,4	2,5	-0,3
Termais	1.542.042	5.593.040	3,6	1.555.737	5.571.009	3,6	0,9	-0,4
Outras	6.655.537	20.172.762	3,0	7.008.038	20.486.262	2,9	5,3	1,6
<b>TOTAL</b>	<b>50.263.236</b>	<b>184.793.382</b>	<b>3.7</b>	<b>51.635.500</b>	<b>186.792.507</b>	<b>3,6</b>	<b>2,7</b>	<b>1,1</b>

Fonte: enit, [www.enit.it/it/studi.html](http://www.enit.it/it/studi.html), elaboração de dados ISTAT.

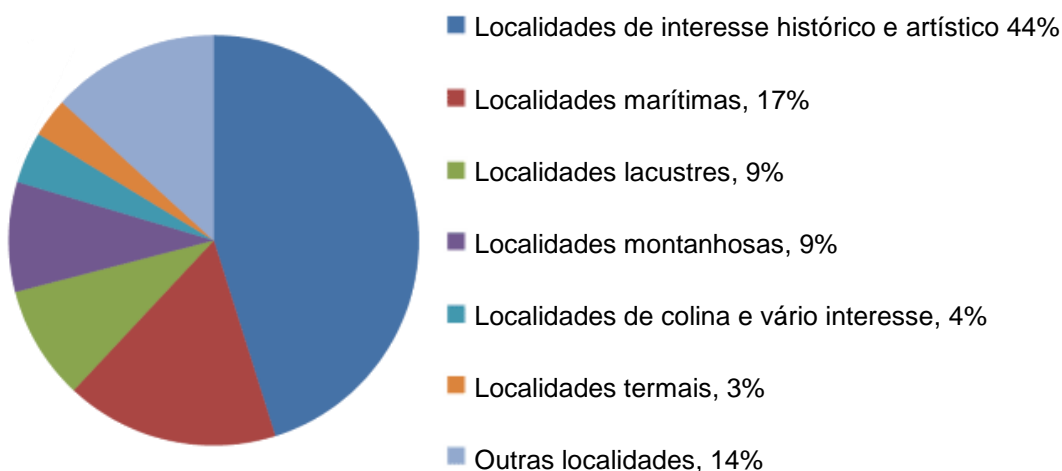
Quadro 23 - Os turistas estrangeiros em Itália classificados por tipo de local visitado (2014).

Os dados a seguir são apresentados são relativos a 2014 e referem-se às percentagens de chegadas e dormidas para as cidades da capital que, respetivamente, representam 44% das chegadas (Fig. 21) e 34% dos dormidas (Fig. 22).

<sup>132</sup> O documento é conhecido como a “Carta di Pietrarsa” do o nome da localidade da reunião.

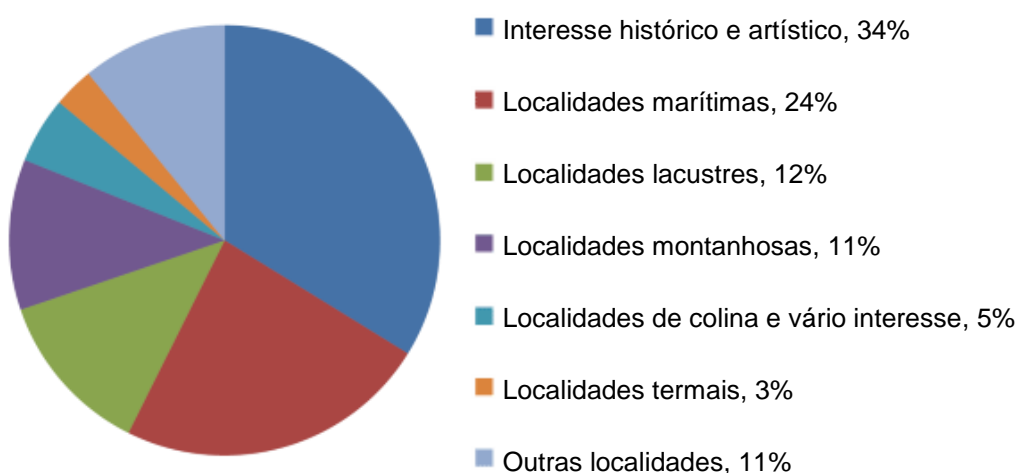
<sup>133</sup> Os “Stati Generali del Turismo” É uma consulta onde participa todo o mundo do turismo italiano, empresas de transportes, cadeias hoteleiras, diferentes organismos públicos que lidam com o turismo, operadores turísticos, museus, áreas arqueologicas etc. para organizar o próximo plano do turismo nacional.

<sup>134</sup>[http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1460024487923\\_CARTA\\_DI\\_PETRARSARSA\\_2015.pdf](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1460024487923_CARTA_DI_PETRARSARSA_2015.pdf) (último acesso 10.06.2016)



Fonte: Enit, [www.enit.it/it/studi.html](http://www.enit.it/it/studi.html), elaboração de dados ISTAT.

Fig. 20 - Chegadas de estrangeiros classificados por tipo de localidades (2014).



Fonte: Enit, [www.enit.it/it/studi.html](http://www.enit.it/it/studi.html), elaboração de dados ISTAT (último acesso 10. 06. 2016).

Fig. 21- Dormidas de estrangeiros classificados por tipo de localidades (2014).

Atualmente, Itália apresenta o número mais elevado de sítios UNESCO (51, no ano de 2015<sup>135</sup>), com uma distribuição bastante fragmentária.

Examinando os fluxos turísticos, a cidade de Veneza, Florença, Roma e as áreas arqueológicas de Pompeia e de Herculano recolhem grande parte destes fluxos, enquanto uma maior política de promoção mais racional dos sítios de menor impacto poderia descongestionar os locais acima elencados, oferecendo mercado turístico a outros locais igualmente interessantes (Rapporto della Società Geografica Italiana, 2008).

<sup>135</sup> [www.unesco.it](http://www.unesco.it) (último acesso 10. 06. 2016).

É o caso das pequenas e médias cidades, que são, por vezes real "tesouros de arte", como é o caso de Urbino, Gubbio, Mantova, Lucca, Matera, Parma, Bergamo, etc...

A partir disso, é evidente que qualquer crescimento e relançamento do turismo cultural italiano para as cidades do património deve necessariamente compreender estas cidades. Como foi discutido anteriormente, um papel muito importante para a promoção dessas cidades pequenas e médias poderiam ter as várias redes de cidades. Neste caso, podemos distinguir associações entre as cidades do património e rotas entre essas cidades promovidas pelas associações ou organismos públicos.

No primeiro caso, destaca-se o Cidac (*Associazione delle città d'arte e cultura* - Associação das cidades de arte e cultura) que visa «construir uma rede de cidades que melhoram as oportunidades de cooperação, invenção e circulação da cultura, valorizando o papel que esses centros desempenham na gestão do património histórico e artístico»<sup>136</sup> e a *Associazione delle città e dei siti UNESCO* (Associação das cidades e dos sítios UNESCO) que reunindo os diversos sítios da UNESCO italianas ao fim de «coordenar as medidas especiais de proteção e utilização de património da UNESCO com as obtidas pelos regulamentos do Estado para a proteção e promoção do património cultural»<sup>137</sup>.

A Associação nasceu em 1997 por iniciativa de algumas cidades da UNESCO, é um dos contactos de prioridade para qualquer empresas ou entidades privadas que têm a peito o extraordinário património cultural e natural italiano.

Além disso, a Associação publica uma revista que pretende tornar-se o lugar de discussão entre especialistas, académicos, representantes de instituições em questões relacionadas com as políticas culturais e de promoção do turismo.

Ela atende principalmente aos *stakeholders* e a todos aqueles que trabalham no património cultural, paisagístico, artístico, arquitetónico, planeamento urbano ambiental. Ao mesmo tempo, aproveitando-se da difusão do web, através de relatórios e notas de divulgação, a revista abre a um público mais amplo, a fim de sensibilizar os leitores para os objetivos da proteção e valorização daqueles lugares que realmente são um património universal de entender, apreciar e respeitar<sup>138</sup>.

Há diversas rotas promovidas pelas diversas associações de desenvolvimento turístico, como o caso da *Città d'arte della Pianura Padana* (Cidade do património da Vale do Pó).

---

<sup>136</sup> [www.cidac.it](http://www.cidac.it) (último acesso 10.06.2016).

<sup>137</sup> <http://www.sitiunesco.it> (último acesso 10.06.2016).

<sup>138</sup> <http://www.rivistasitiunesco.it/la-rivista/> (último acesso 10.06.2016).

Esta rota que une as cidades do Vale do Pó (a parte mais rica do país), através de roteiros turísticos temáticos de grande valor artístico<sup>139</sup>.

#### **IV.2 Dimensão e características do turismo cultural rumo às cidades do património em Portugal.**

O turismo representa uma atividade fundamental para o desenvolvimento do país. Como como se pode ver na Quadro 24 o turismo estrangeiro 2009-2014 apresenta valores em crescimento, representando um dos destinos com melhor desempenho na área mediterrânica (Quadro 24).

	Chegadas	Var %	Dormidas	Var.%	Dur. Média
2008	6,962,000	- 4 2	26.204.245	- 2.6	3.7
2009	6,439,000	-5.2	23.214.377	-2.9	3.6
2010	6,756,000	2.6	23.608.207	2.1	3.4
2011	7,264,000	5.0	26.003.760	2.4	3.6
2012	7,503,000	2.3	27.256.580	1.2	3.6
2013	8,097,000	5.3	29.359.790	2.1	3.6
2014	9,092,000	9.9	32.731200	3.3	3.6

Fonte: worldbank.org (último acesso 10. 06. 2016).

Quadro 24 - Chegadas e dormidas estrangeiras em Portugal 2008-2014.

O PENT 2013-15 (p.7)<sup>140</sup>, descreve o turismo lusitano nos seguintes pontos fortes:

- Clima e luz
- História, cultura e tradição
- Hospitalidade
- Diversidade concentrada

<sup>139</sup> <http://www.circuitocittadarte.it/> (último acesso 10.06.2016).

<sup>140</sup> Plano Estratégico Nacional de Turismo 2013-2015, aprovado pelo Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de abril.

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202012.pdf> (último acesso 26.04.15).

De facto, este figura entre os 10 eixos estratégicos de desenvolvimento contido no PENT 2013-15 ( p. 11), geralmente indicado com o termo *Touring*.

Segundo uma pesquisa suportada pela European Travel Monitor, publicado pelo Turismo de Portugal em 2006<sup>141</sup>, o turismo cultural lusitano representa apenas 1,7% dos fluxos turísticos europeus, cerca de 750.000 viajantes, na maioria dos quais provenientes de Espanha, França, Reino Unido, Escandinávia e Alemanha.

Se considerarmos os fluxos turísticos internacionais totais rumo a Portugal, o valor é igual a 12 milhões, sucedendo que 6% dos turistas têm como motivação principal o fator cultural.

Trata-se de uma percentagem muito limitada, tendo em conta todo o património histórico-artístico bastante bem distribuído pelo país e que facilmente poderia ser usufruído. Mais em detalhe, como se observa na Fig. 22, o turismo cultural com destino às cidades do património está posicionado em segundo lugar na lista.



Fonte: European Travel Monitor, 2004.

Fig. 22 - Principais atividades turísticas dos viajantes *Touring*, no ano de 2003.

Em 2011, «o turismo cultural movimenta mais de 40 milhões de turistas por ano, que o turismo cultural representa 18 por cento da totalidade das viagens realizadas pelos cidadãos europeus, que o peso do turismo para o Produto Interno Bruto português representa já 5,8 por cento e que cerca de 72 por cento dos turistas que nos visitam procuram o turismo cultural para além do típico turismo sol e mar» (Santos, 2014 p.62).

Por outro lado, há que evidenciar que o turismo cultural nas cidades do património está em concorrência com a Espanha, a Itália e a França, países que apresentam um potencial

<sup>141</sup><http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Touring%20Cultural%20e%20Paisag%C3%ADstico.pdf> (último acesso 26.04.15).



turístico realmente notável. O PENT evidencia os seguintes fatores de competitividade da oferta lusitana (p.11):

- Vasto e diversificado património histórico e cultural existente;
- Excecional património religioso;
- Locais com particular encanto paisagístico e cénico;
- Valores universais do património histórico possuído (referindo-se por exemplo à época das descobertas marítimas portuguesas);
- Cultura e tradições populares ainda viventes;
- Boa hospitalidade.

As principais criticidades do setor podem sintetizar-se nos seguintes pontos:

- As precárias condições de algumas estradas secundárias;
- A escassa sinalética das possíveis atrações;
- O horário de abertura limitado por parte de alguns museus e monumentos que não se conciliam com os novos hábitos dos turistas;
- Poucos postos de informação turística, apenas presentes na proximidade das maiores atrações;
- Uma oferta hoteleira insuficiente, fora dos grandes centros urbanos ou turísticos;
- Uma oferta gastronómica e de produtos artesanais fraca nos locais afastados dos grandes circuitos turísticos;
- Fraca colaboração público-privado.

Existe, assim, a necessidade de implementar políticas de promoção capazes de superar o gap inicial.

Mais recentemente, o documento de programação “Turismo 2020- cinco princípios para uma ambição<sup>142</sup>” promovido pelo Governo de Portugal, substitui o PENT 2013-15.

Como lemos na introdução do então Secretário de Estado do Turismo, Adolfo Mesquita Nunes (p. 3), «De facto não faz muito sentido elaborar um plano prescritivo, fechado, definido estadualmente, para conformar um setor que vive em permanente mudança e depende essencialmente da iniciativa e pujança privada» mas, ao contrário, (p.4) «queremos criar condições para que as receitas auferidas pelo setor privado do turismo

---

<sup>10</sup><http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGU%C3%8AS/TURISMODEPORTUGAL/DESTAQUE/Documents/turismo-2020-cinco-principios-para-uma-ambicao.pdf> (último acesso: 12.06.2016).

cresçam em Portugal acima da média dos nossos concorrentes e queremos ser um dos dez destinos mais competitivos do Mundo».

Em resumo, este documento irá definir os objetivos a serem alcançados, de maneira que o turismo lusitano pode alcançar altos níveis de competitividade, sem listar qualquer segmento estratégico do turismo.

A escolha é inteiramente aceitável. Num mundo globalizado em continua mudança, é melhor favorecer as condições gerais, o turismo lusitano no mercado global pode oferecer produtos turísticos mais orientados para a procura.

Neste sentido, tal como foi discutido acima, assume grande importância a fase de promoção.

Para o tema de turismo cultural versus as cidades do património, e em particular para as cidades do incluídas na Lista da UNESCO, o estudo produzido por Marujo, Serra e Borges (2013), no caso de Évora, esclarece que, apesar de (p.140) «As cidades com a classificação de ‘Património Mundial’ constituem, na atualidade, uma aposta para o desenvolvimento do turismo. O estatuto de ‘Património Mundial’, atribuído pela UNESCO a muitas cidades faz com que estas funcionem como uma distinção simbólica para atraírem muitos visitantes. Aliás, em muitos países, os promotores do turismo procuram cada vez mais reforçar a imagem do seu destino através de uma imagem».

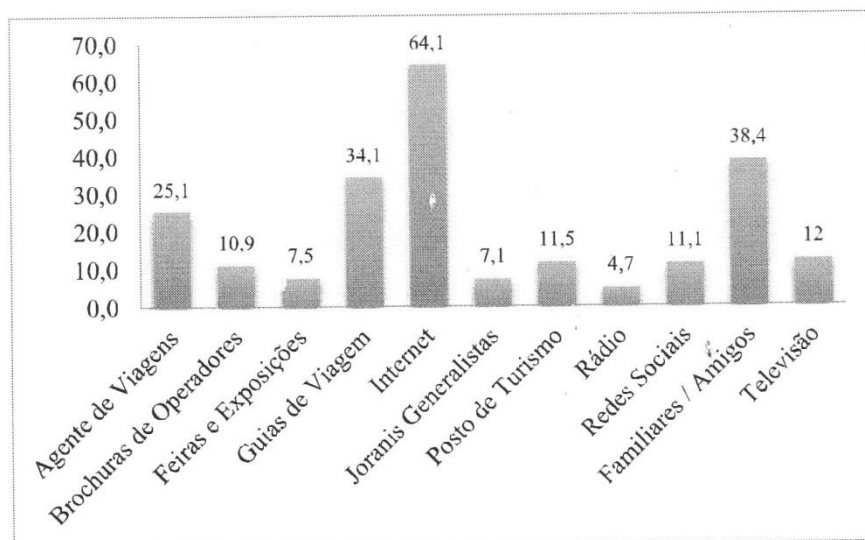
Num mercado competitivo, como é o caso do turismo, a consciência do consumidor, a seleção e escolha por um determinado destino depende da informação que é disponível ao turista.

Por isso, o turismo é um negócio baseado na informação. Sublinhe-se que o produto turístico é, usualmente, comprado antes do momento da sua utilização e longe do local de consumo. Ele depende quase sempre de representações e descrições fornecidas pelo comércio de viagens e outros intermediários.

Costa, Rita e Águas (2001) atestam que, para muitos turistas, a escolha, o processamento e a avaliação da informação, constitui uma parte integrante da experiência da viagem. a informação é a “alma” do turismo, sem a qual o setor não funciona. Ela é um elemento chave para as organizações públicas ou privadas do turismo, ou seja, desempenha um papel relevante para localizar um destino turístico, numa posição competitiva (Marujo, 2008).

Os autores Marujo, Serra e Borges (2013) apontam (Fig. 23) que, entre as fontes de informação consultadas para visitar ou planejar a viagem para a cidade de Évora no ano 2011, aferiu-se que em primeiro lugar surge a ‘Internet’ com 64,1%.

De facto, a Internet veio revolucionar a forma de atuação da indústria turística, ao permitir uma gestão mais eficiente da informação. Com a Internet é possível divulgar e promover um destino turístico, distribuir informação específica sobre o mesmo e até funcionar como canal de distribuição da oferta turística existente no destino.



Fonte: Marujo, Serra, Borges, 2013, p. 149.

Fig. 23 - Fontes de informação consultadas para visitar a Cidade de Évora.

Neste sentido, com certeza tem um papel fundamental os sites promovidos por entidades ou associações institucionais.

Recentemente, foi lançado o projeto *Gestão Turística dos sítios do Património Mundial de Origem Portuguesa* TOUR – WHAPO, através de um acordo entre o Turismo de Portugal e a UNESCO.

Tal projeto aposta na formação de uma rede de experiências de gestão de lugares UNESCO portugueses com outros locais dispersos pelo mundo e que tenham uma influência lusitana: «existem em território português 14 bens do Património Mundial, alguns dos maiores legados da humanidade reconhecidos pela UNESCO, aos quais se juntam 26 outros bens do Património Mundial de origem ou influência portuguesa presentes nos quatro continentes» (Alçada et al. 2013, p. 7).

O objetivo desta rede é o de criar um modelo sustentável de gestão de fluxos turísticos nos locais UNESCO que fazem parte desta rede.

O primeiro passo foi a *Declaração de Coimbra* (2010), na qual se clarificaram os pressupostos do projeto: «O projeto é uma ferramenta para divulgar a diversidade cultural

dos diferentes países no mundo. É, ao mesmo tempo, uma homenagem aos portugueses que trouxeram a sua cultura para essas paragens.

É um diálogo permanente no tempo e no espaço. É uma forma de reunir a cultura portuguesa que se espalhou por todos os continentes desde o início das viagens dos Descobrimentos» (Alçada et al. 2013, p.18).

O projeto desenvolve-se em três fases bem precisas; a primeira, diz respeito à individualização dos sítios UNESCO portugueses (entre os quais se insere o centro histórico de Évora) e dos locais espalhados pelo mundo que têm uma influência portuguesa; a segunda, comporta a monitorização das condições atuais dos sítios e o valor turístico dos mesmos; por fim, a terceira, propõe um modelo sustentável de gestão da rede.

Em conclusão, o turismo cultural nas cidades património da UNESCO assume uma grande importância em ambos os países e, em Itália, é o setor mais importante.

Segundo as previsões, este tipo de turismo ainda vai crescer nos próximos anos. Será necessário, por um lado, descongestionar os destinos turísticos mais conhecidos e, por outro lado, devem-se implementar eficazes políticas de valorização dos sítios ainda pouco conhecidos, como médias e pequenas cidades que, por vezes, são preciosos tesouros de arte desconhecidos para o grande público.

## **V A LISTA DO PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE DA UNESCO**

Este capítulo centra-se na origem e na finalidade da elaboração da Lista do Património UNESCO, surgida como resultado das graves destruições na 2ª Guerra Mundial, mas, contrariamente ao que se acredita, não constitui uma ideia nova.

A UNESCO, agência da Organização das Nações Unidas, assumiu a herança do Instituto Internacional da Cultura, instituído no ano de 1924. Esta organização, nas últimas décadas, distinguiu-se pela ampliação substancial dos objetos culturais a proteger, graças ao aperfeiçoamento do conceito de cultura (Cf. capítulo 2.0). A lista do Património UNESCO, ou seja, o elenco dos bens a proteger, cresce progressivamente a cada ano, atribuindo uma grande notoriedade a estes locais, despoletando o aumento do número de visitantes e, consequentemente, o incremento do turismo.

### **V.1 A origem da lista do património da UNESCO em relação à evolução do conceito de cultura**

A ideia de criar uma organização internacional, capaz de promover relações culturais entre as nações, já existia antes da fundação da UNESCO.

De facto, em 1924 foi estabelecido, também em Paris, o "Instituto Internacional de Cultura" com o apoio da Sociedade das Nações - mas este concretizou-se, apenas, como uma simples colaboração entre partes privadas e, não, num organismo de união entre estados<sup>143</sup>.

Em 1942, em plena Guerra Mundial, por iniciativa da Grã-Bretanha, foi organizada uma conferência de Ministros da Educação dos países aliados contra o nazismo, a fim de difundir a cultura da paz, da democracia e da igualdade entre os homens, após a guerra ter terminado.

Assim, na Conferência de 1945, em Paris, foi redigido o ato constitutivo da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) que entrou em vigor no dia 4 de novembro de 1946, após a ratificação por parte de vinte estados<sup>144</sup>. Esta é uma das agências da ONU, como se sabe.

De fato, o sistema organizativo das Nações Unidas configura-se como um núcleo central, existindo depois uma série de setores intergovernamentais que se ocupam de setores específicos, segundo uma prospetiva universal, procurando oferecer soluções precisas numa escala global.

Entre estes, a UNESCO tem com o objetivo de contribuir para a manutenção da paz e da segurança, incentivar a cooperação entre os estados no âmbito da educação, ciência,

---

<sup>143</sup> [www.unesco.org](http://www.unesco.org) (último acesso 20.02. 2015).

<sup>144</sup> Os estados que assinaram foram: Arábia Saudita, Austrália, Brasil, Canadá, China, Checoslováquia, Dinamarca, Egito, França, Grécia, Índia, Líbano, México, Nova Zelândia, Noruega, Reino Unido, República Dominicana, Estados Unidos, África do Sul e Turquia.

cultura e comunicação, a fim de assegurar o respeito universal pela justiça, pela lei, pelos direitos do homem e pelas liberais fundamentais, que a Carta das Nações Unidas reconhece a todos os povos do mundo, sem distinção de raça, de sexo ou de religião. As áreas de atividade da UNESCO são a educação, as ciências humanas e sociais, a cultura, a comunicação.

Os seus objetivos incluem: alcançar uma educação de qualidade para todos, promover a investigação das ciências naturais e sociais, através de programas científicos internacionais e intergovernamentais que contribuam para um desenvolvimento sustentável, apoiar a expressão de identidade culturais, proteger e valorizar a herança natural e cultural do mundo, bem como a diversidade cultural, promover o diálogo intercultural e uma cultura de paz, apoiar a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa (Rebelo, 2014; UNESCO 2009) (Fig. 24).



Fonte: Rebelo, 2014, p.17. Reelaborado pelo autor.  
Fig. 24 - As áreas de atividade da UNESCO.

A UNESCO é formada por três organismos<sup>145</sup>:

- Conferência Geral, que reúne todos os estados numa assembleia que decorre, geralmente, de 2 em 2 anos e que tem a seu encargo o orçamento geral e as políticas a aplicar; cada estado membro tem um voto;
- Conselho Diretivo, formado por 58 estados eleitos na Assembleia e que se reúne duas vezes por ano; tem o dever de verificar a aplicação das decisões da Conferência Geral e de preparar os trabalhos desta última;

<sup>145</sup> [www.unesco.org](http://www.unesco.org) (último acesso 20.02. 2015).

- Secretaria-Geral, colocada sob a autoridade do Diretor Geral, que é eleita pela Conferência Geral a cada quatro anos, com a tarefa de implementar os compromissos assumidos pelos estados.

Atualmente, a búlgara Irina Bukova, eleita em 2009, assume o cargo de Diretor Geral. Cada estado membro tem uma comissão UNESCO<sup>146</sup>, um comité nacional e uma representação na UNESCO, em Paris.

Uma das especificidades da UNESCO, relativamente às outras agências das Nações Unidas, é a sua abrangente rede de 198 Comissões Nacionais. No artigo VII do Ato Constitutivo da UNESCO prevê-se a constituição de Comissões Nacionais, que devem servir como órgãos de consulta dos Governos dos Estados Membros nas matérias relativas à organização e como agentes de ligação em todas as matérias de interesse.

Portanto, é uma obrigação constitucional de cada Estado Membro criar uma Comissão Nacional, cujo objetivo principal deve ser o de envolver os vários ministérios, agências, instituições, universidades, organizações não governamentais - na prática devem servir como “ponto de encontro” e “ponto de ligação” entre as autoridades nacionais e um vasto leque de organismos internacionais (Rebelo, 2014).

Nesta última década, a Lista do Património Mundial da Humanidade foi objeto de inúmeros estudos e reflexões provenientes do mundo académico (geralmente classificados como *Heritage studies* ou, então, aqueles incluídos no âmbito da *economia da cultura*) e das administrações públicas, que mais diretamente se ocuparam da proteção, gestão e valorização do próprio património cultural e natural.

Do património fazem parte ou podem ser incluídos os bens de excecional valor histórico e cultural, enquanto heranças do passado nos dias atuais ou, ainda, elementos de referência da identidade dos povos. Assim, a UNESCO (1992, p. 14) considera três variáveis na definição do património cultural: «Os monumentos. – Obras arquitetónicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de carácter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência; Os conjuntos – grupos de construções isoladas ou reunidos que, em virtude da sua arquitetura, unidade ou integração na

---

<sup>146</sup> A Comissão UNESCO Itália foi fundada em 1950 com sede em Roma, Piazza Firenze nº84 e é hoje presidida pelo dout. Franco Bernabé, [www.unesco.it](http://www.unesco.it). A Comissão UNESCO Portugal foi fundada em 1979 na sede em Lisboa, Largo das Necessidades 1350-215, presidida pela Dra. Ana Martinho, [www.unescoportugal.mne.pt](http://www.unescoportugal.mne.pt) (último acesso 01.07.2016).

paisagem têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência; Os locais de interesse – obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico».

Como foi mencionado nos parágrafos anteriores, em 1972, quando alguns estados-membros da UNESCO subscreveram a Convenção para a Proteção do Património Cultural e Natural (*Convention on the Protection of Cultural and Natural Heritage*)<sup>147</sup>, o conceito de cultura, fruto da especulação das ciências antropológicas que, desde o início do século, tiveram um rápido crescimento, estava ainda dividido entre uma visão estruturalista, baseada em componentes objetivas e determináveis, e uma visão não estruturalista, na qual se fazia referência aos conteúdos, como a produção e a atribuição de símbolos. A este propósito, no entanto, importa lembrar algumas vozes críticas, como aquela de Choay (1996). Esta autora defende que a Convenção de 1972 se apresenta como uma estratégia para criar um modelo de mundialização dos valores e referências da cultura ocidental, o que acaba por colocar em xeque as especificidades de outras culturas, a partir da imposição de um sentimento de pertença a uma “cultura universal”: «Este processo planetário de conversão à religião patrimonial não se desenrola, contudo, sem dificuldades, de naturezas, por vezes opostas. Recordo-me de um amigo magrebino que se indignava por ver atribuir valor de arte e de histórias a monumentos cujo significado devia ser, aos seus olhos, exclusivamente religioso.» (Choay 1996, p. 224). Importa referir, ainda, o posicionamento de Costa (2013, p. 9), que afirma, sobre a questão: «é a ruptura entre o passado e um presente desenhado sem o concurso do desenho, mas desenhado pelas leis de mercado». Ou seja, os lugares definidos como património surgem sob a égide do conflito entre uma vertente dita preservacionista e outra com intencionalidades mais profundas e complexas, que diz respeito à dinâmica da exploração capitalista.

---

<sup>147</sup> Esta Convenção teve um efeito indireto das campanhas de mobilização promovidas pela UNESCO para salvar dois importantes sítios monumentais em grave perigo: os monumentos egípcios do deserto da Núbia, ameaçados pela construção da barragem de Assuã, e um dos monumentos budistas mais importantes em Borobudur (Indonésia). Através destas duas intervenções, em si mesmo ocasionais, a UNESCO assumiu de facto, na comunidade internacional, a tarefa política de preservar e proteger os bens culturais e naturais considerados idealmente propriedade de toda a humanidade.



A assinatura da Convenção deu origem, em 1976, a um organismo mais completo e com propósitos melhor definidos: o Comité para o Património Mundial da Humanidade.

Este último, por um lado teve o mérito de ter considerado a cultura como um bem a ser protegido pelo direito internacional, e por outro, nunca produziu uma descrição única de cultura mas, em vez disso, preferiu avançar para a definição de uma noção mais funcional para os seus fins: a *herança cultural*, com a finalidade expressa de fornecer uma ligação mais estreita entre o bem a proteger, o território e a sociedade.

Nesta primeira fase, a Convenção de 1972 limitou-se a distinguir as heranças culturais das naturais, assim como é possível ler nos dois primeiros artigos.

De acordo com o 1º artigo, na herança cultural estão incluídos, primeiro que tudo, os *monumentos* ou seja, as estruturas arquitetónicas, as esculturas, os artefactos monumentais, as pinturas, construções e elementos de natureza arqueológica, pedreiras e cavernas com pegadas humanas. Seguem-se os grupos de edifícios que incluem conjuntos edificados separados ou interligados, edifícios que, devido à sua homogeneidade ou à sua posição na paisagem, possuem um evidente valor universal na perspectiva histórica, artística e científica.

E, por fim os locais, a categoria que inclui obras humanas ou combinações entre obras naturais e obras humanas, que têm um valor universal óbvio na perspectiva histórica, estética, etnológica ou antropológica.

No 2º artigo, o património natural, refere-se aos aspetos naturais do território, que consistem em formações físicas, realidades biológicas, ou ainda em combinações destas manifestações, detendo um óbvio valor universal e estético.

Seguem-se as formações geológicas e fisiográficas, como podem ser os habitats de espécies em risco de extinção e, no final, individuam-se todos os sítios naturais, ou seja, aquelas áreas naturais que possuem um valor universal indiscutível do ponto de vista da ciência, da conservação ou da sua beleza natural.

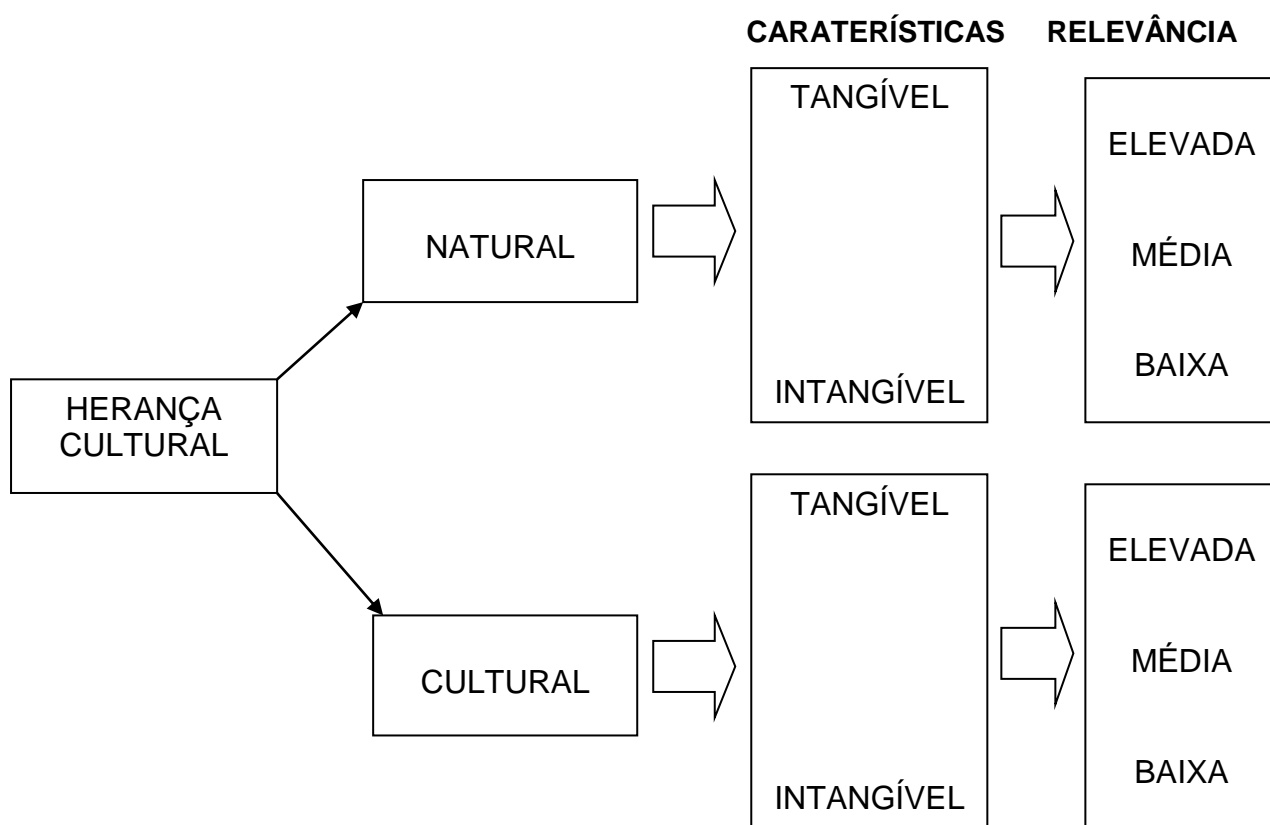
Isto demonstra como o âmbito de intervenção da Convenção não está apenas limitado aos aspetos visíveis da cultura, mas restringe ainda mais a sua atenção para os pontos tangíveis, ou seja, para aqueles que possuem fisicalidade, como monumentos ou edifícios.

A partir deste momento, no âmbito da UNESCO emergiram dois importantes elementos, distintivos desta primeira fase: a exclusão dos interesses da UNESCO sobre os aspetos intangíveis do património cultural e o valor cultural da natureza.

No primeiro caso, é importante considerar que os estudos científicos já tinham agregado, ao conceito de cultura, todos os aspetos simbólicos e intangíveis da mesma.

No entanto, nesta fase a UNESCO decidiu não entrar pelo campo da distinção, considerando apenas os aspetos concretos suscetíveis de ação.

O outro tópico considera que a natureza não é simplesmente uma realidade objetiva, mas que tem um valor atribuído pelo sujeito, assumindo, assim, a função não só de objeto material mas, também, de símbolo: uma representação da cultura (Fig. 25).



Fonte: Elaborado pelo autor.

Fig. 24 - As peculiaridades do património cultural de acordo com a UNESCO.

A fase que começa a partir dos últimos anos do século XX e se consolida neste novo século distinguiu-se por uma visão mais objetiva da cultura, tanto que, se compararmos esta última à esfera existencial do sujeito, as emoções produzidas pela contemplação do

bem cultural assumem um valor não negligenciável, ao ponto de ser possível considerá-las como o destino final da própria definição de bem cultural (cf. parágrafo 1.2.7).

Neste sentido, também a UNESCO, seguindo este processo de evolução com a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial de 2003, começou a ter um maior interesse neste novo domínio da herança cultural.

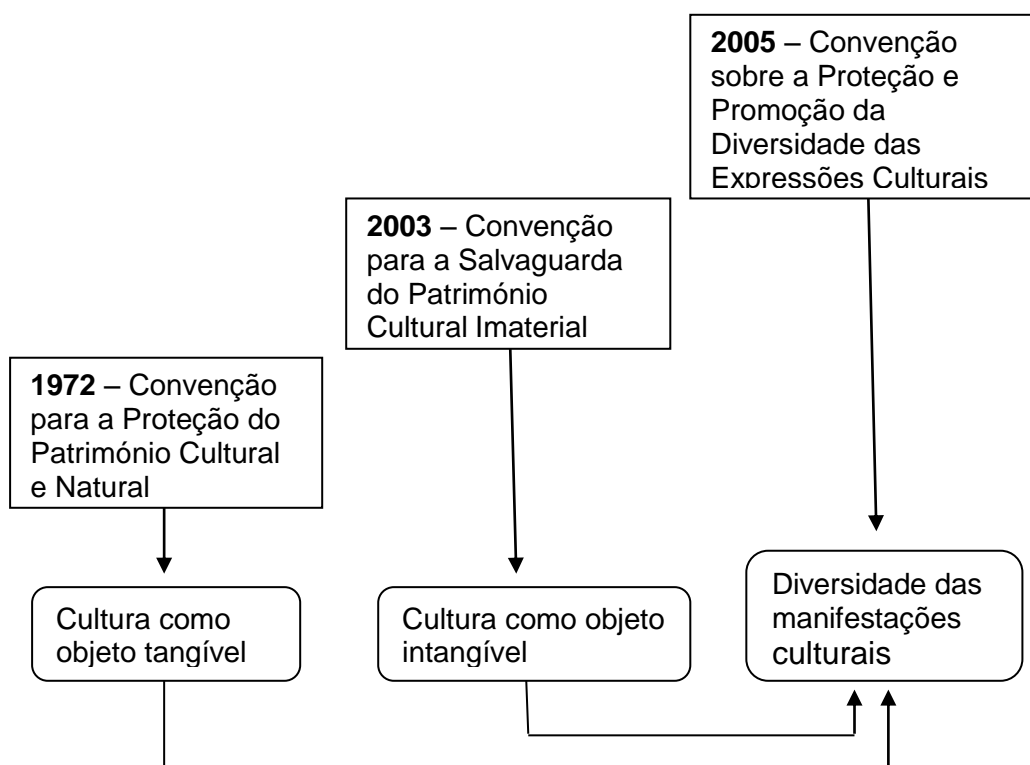
No 2º artigo da referida Convenção, esclarece-se que é também tarefa da UNESCO a salvaguarda das tradições orais e da sua expressão, a linguagem, as artes, as práticas sociais, os rituais, as festividades, o conhecimento sobre a natureza, as tradições.

Assim interpretadas, as heranças culturais constituem um património que deverá ser protegido, um património que é transmitido de geração em geração e é constantemente moldado pelas comunidades humanas na sua relação com o ambiente e a história.

Um outro passo em frente foi dado com a promulgação da "Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais" de 2005.

A diversidade cultural é abordada pela Convenção, não somente como uma multiplicidade de maneiras em que se expressam as culturas das diferentes sociedades humanas, mas também se discute as diferentes formas de criação artística, de produção e exploração. Estas duas últimas Convenções adotadas pela UNESCO propõem uma ideia de cultura extremamente diferente a respeito daquela relatada no século XX.

Com base nesta nova visão, proteger a natureza não consiste apenas na preservação dos objetos materiais, tais como paisagens e arquitetura, para que eles possam passar para as gerações futuras, mas também considera o mundo dos eventos intelectuais e espirituais (Fig. 26).



Fonte: Vallega, 2003, p. 255. Reelaborado pelo autor.

Fig. 26 - Evolução do conceito de cultura no âmbito da UNESCO.

Obviamente, estas considerações também têm gerado ações concretas da parte da UNESCO.

Do ponto de vista da organização, a ação da UNESCO é subdividida em cinco setores responsáveis pela execução do programa aprovado pela Conferência Geral: educação, ciências ambientais, ciências sociais e humanas, cultura, comunicação, e cabe às Comissões Nacionais assegurar a aplicação do programa geral:

- **Educação:** a educação é um programa prioritário, principalmente relacionados à alfabetização.

Além disso, a formação de professores, o acesso das mulheres à educação, educação cívica para a paz e a compreensão internacional, a educação ambiental, o ensino universitário (também se materializou na germinação de universidades em países desenvolvidos, e dos países em desenvolvimento e a criação de cátedras UNESCO<sup>148</sup>), o ensino de línguas e formação profissional são algumas das atividades da Organização no campo da educação;

<sup>148</sup> O programa visa incentivar a criação de centros de excelência (cadeiras UNESCO) nos países membros e nos países em desenvolvimento para realizar programas de ensino e de pesquisa avançada em temas relacionados com as políticas de desenvolvimento. O objetivo principal nos países em desenvolvimento é

- Ciências ambientais: incluem os programas internacionais principais, tais como a Comissão Oceanográfica Intergovernamental (COI), que coordena a investigação científica para uma melhor compreensão e utilização dos recursos do oceano. O programa Homem e Biosfera (MAB, Man And Biosphere), criado em 1971, envolvendo mais de uma centena de comitês nacionais que trabalham para a protecção dos ecossistemas; sob os auspícios do MAB fomos criados 239 reservas de biosfera em 73 países.

Estas áreas protegidas representam os tipos de ecossistemas entre os mais significativos no mundo. O Programa Internacional de Correlação Geológica (PICG), também apoiada por numerosos comitês nacionais, visa melhorar o conhecimento geológico e geofísico, bem como as que regem a distribuição de recursos minerais e energéticos. Nesta área, deve ser considerada a criação de Geoparques. Os Geoparques são áreas naturais de geo-mineral especial interesse que a UNESCO atribui um reconhecimento por colocá-los em uma rede internacional especial<sup>149</sup>.

Eles contam a longa história de 4,6 bilhões de anos do planeta Terra e os eventos geológicos que lhe deram forma, bem como a evolução da própria humanidade. Foram constituídos em 17 de novembro de 2015, durante a XXXVIII Conferência Geral, realizada em Paris, aprovado (com resolução de 38C/14), o novo programa IGGP - International Geoscience and Geoparks Programme e International Geoscience and Geoparks Programme e que, juntos, identificou a nova categoria de sítios da UNESCO: Geoparques mundiais da UNESCO (UNESCO Global Geoparks).

O Programa Hidrológico Internacional (IHE)<sup>150</sup> tem como objetivo promover a utilização e gestão racional dos recursos hídricos da Terra.

- Ciências sociais e humanas: a UNESCO também se compromete a promover a aplicação das ciências sociais, promoção da investigação interdisciplinar. Entre as principais atividades, é a luta contra todas as formas de discriminação e preconceito de raça, sexo, língua ou religião, a reflexão sobre bioética realizada por uma comissão ad hoc, a ação em favor dos direitos humanos, um em nome dos

---

ajudar a treinar uma classe dirigente capaz de gerir de forma independente o crescimento de processos administrativos e socio-económicas e promover o crescimento da mobilidade do pessoal universitário no contexto das relações Norte-Sul e do Leste-oeste.

<sup>149</sup> <http://www.europeangeoparks.org/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>150</sup> É uma organização internacional de educação, para educação sobre a água, que tem sede em Delft (Holanda). O IHE aborda a necessidade de reforçar, em colaboração com outras universidades e centros de pesquisa, o conhecimento e as habilidades dos profissionais que trabalham no setor da água.

jovens vítimas de desemprego e económicas das desigualdades, o desenvolvimento da educação física e do desporto. Um programa especial para a gestão da mudança social (MOST, Management Of the Social Transition) foi lançado em 1993 e começou a operar com resultados positivos no campo do multiculturalismo / multi-etnia, os problemas das cidades e as consequências locais do processo de globalização, etc. Além disso, a Organização, em colaboração com outras agências da ONU, que se dedicam à busca de soluções nas três áreas mencionadas pelo Secretário-Geral das Nações Unidas na Agenda para a Paz, a saber: prevenção de conflitos armados, situações de urgência após a guerra, programas nacionais em favor da cultura de paz.

- Cultura: a cultura é um dos mais famosos programas da UNESCO, especialmente graças às várias campanhas internacionais para salvaguardar o património cultural, por exemplo: Abu Simbel e File no Egito; Borobudur, na Indonésia; Sanaa, no Iêmen; Mohenjodaro, no Paquistão; Fez, em Marrocos, etc.

Sempre no âmbito das ofertas culturais, a UNESCO desempenha um papel fundamental na proteção das tradições orais, na proteção internacional dos direitos de autor e na promoção do livro e da leitura. Através do Fundo Internacional para a Promoção da Cultura, a Organização realiza uma série de atividades que vão desde teatro para o cinema, através da promoção do artesanato e arte popular.

Em resumo, as ações, nesta área, incluem:

a) Património Mundial: consiste em 'identificação, proteção e preservação e transmissão às gerações futuras do património cultural e natural ao redor do mundo; b) Património Imaterial: com a aprovação de uma Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (aprovada 17 de outubro de 2003 pela Conferência Geral da UNESCO), estes elementos e expressões de Património Cultural Imaterial devem ser preservados como componentes vitais de culturas tradicionais; c) a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, aprovada em 20 de Outubro de 2005 pela XXIII Conferência Geral da UNESCO, foi adotada algumas semanas após os acontecimentos de 11 de Setembro de 2001 e, como já escrito anteriormente, demonstra o desejo expresso por muitos países no mundo a reconhecer o valor fundamental do diálogo entre as culturas, a fim de garantir a paz mundial e da coexistência pacífica e harmoniosa entre povos. Neste cenário, a UNESCO organiza o “Fórum das

Culturas”, um evento que ocorre a cada três anos, desde 2004 a discutir sobre questões específicas<sup>151</sup>.

Ao nível de cada Estado, a Convenção enfatiza o direito soberano de determinar as políticas e estratégias internas para a utilização e proteção das expressões culturais, bem como a nível internacional, reafirmando a necessidade de reforçar a cooperação internacional e de solidariedade com os países em desenvolvimento; d) o Programa Memória do Mundo, criado em 1992, que, como vimos, partiu da uma crescente consciência da situação crítica de preservação do património documental como livros antigos, documentos de arquivos, códigos, pergaminhos, mapas, mas também audiovisual de várias partes do mundo.

Além da grave falta de financiamento, guerras e conflitos sociais, pilhagens, dispersão, comércio ilegal, os locais de armazenamento inadequados infelizmente agravam o processo de deterioração deste património documental.

Entre os principais objetivos deste programa são: 1) a fim de facilitar a preservação dos bens acima mencionados, através das técnicas mais adequadas de preservação; 2) assegurar o acesso universal ao património documental, encorajando os seus conhecimentos através das novas tecnologias. 3) realizar cópias de acesso, que podem aliviar a pressão sobre a utilização de materiais de conservação. A rede das "Cidades Criativas", promovida pela UNESCO em 2004, visa a criação de uma ligação entre a cidade capaz de fazer a criatividade cultural como um elemento essencial para o desenvolvimento económico.

Através desta rede, dividida em sete áreas, correspondentes ao maior número de campos culturais (música, literatura, Folk Art, Design, Media Arts, Gastronomia, Cinema), as cidades criativas comprometem-se a incentivar a inovação através da partilha de conhecimento, experiências e aptidões tradicionais e tecnológicas, contribuindo, desse modo, para a construção de capacidades e a apresentação do seu património cultural a nível nacional e internacional, fomentando, igualmente, a existência de debate sobre temas de interesse comum entre as cidades-membro, como é o caso do tema do Turismo Criativo.

Através desta rede, é favorecida a promoção do património cultural material e imaterial destas cidades que, associados a cada tema, e a cada lugar, lhes possibilita promoverem a particularidade da sua posição.

---

<sup>151</sup> A última edição do 2013 foi realizada em Nápoles, Itália. Os argumentos de discussão foram: as condições para a paz; o conhecimento; a diversidade cultural; o desenvolvimento sustentável; o mar. <http://www.fundacioforum.org/eng/home.asp> (último acesso 26.06.2016).

Por outro lado, as intervenções urbanas que implementam, através da criatividade e inovação (construção de equipamentos, criação de eventos, entre outros) que, também ligados ao lugar, criam a possibilidade da fruição de uma experiência única, promovendo assim elementos de competitividade para cada cidade.

Desta forma, as cidades investem na sua atratividade turística, contribuindo para a sua afirmação enquanto território, em especial, enquanto destinos turísticos. Assim, as cidades agregam, à sua capacidade natural para geração de valor, a promoção de um desenvolvimento, em que, a criatividade individual e o talento, têm o potencial de criar riqueza e empregos, tirando benefícios da rentabilização da propriedade intelectual, produzindo, dessa maneira, uma riqueza intangível baseada num tipo de recurso não financeiro.

A importância turística desta rede reside, ainda, na oportunidade de promoção dos bens culturais das cidades-membro, numa plataforma de âmbito global, fazendo da criatividade um elemento essencial para o desenvolvimento económico e social local, através do reforço da capacidade do lugar e da ação dos agentes culturais locais na criação de produtos turístico-culturais diferenciadores.

Possibilita, igualmente, a partilha de conhecimento através de grupos culturais de todo o mundo, promovendo diversos produtos culturais nos mercados nacionais e internacionais, e criando novas oportunidades de cooperação e parceria com outras cidades.

Como corolário, o desenvolvimento de indústrias criativas locais contribuirá para fomentar a cooperação mundial com vista a um desenvolvimento urbano sustentável e, nessa lógica, a rede, por exemplo das Cidades Património Mundial, é naturalmente, sustentadora do incremento das atividades criativas, quer em termos de Economia da Cultura, quer em função da Economia do Turismo<sup>152</sup>.

Além disso, é da responsabilidade das Comissões Nacionais compilar a “Tentative List” (ou seja, a identificação dos próximos sítios que são propostos para a próxima candidatura UNESCO) e seguir o processo para aprovação pela UNESCO dos sítios candidatos.

Comunicação: quanto à comunicação, um dos principais objetivos da UNESCO é facilitar a livre circulação das ideias através da palavra e da imagem. A organização opera em particular em favor da liberdade de imprensa, o pluralismo e

---

<sup>152</sup> Tese de Mestrado de Joana Filipa Ferreira Santos (2012)

<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/5733/1/As%20Cidades%20Criativas%20como%20modelo%20dinamizador%20do%20destino%20tur%C3%ADstico.pdf> (último acesso 1.07.2016).



independência dos meios de comunicação, além de ajudar a reforçar as capacidades de desenvolvimento de comunicação países.

Uma das ferramentas mais eficazes para implementar esta política é o Programa Intergovernamental para o Desenvolvimento da Comunicação (IPSC), criado em 1980 e financiado por contribuições voluntárias. Depois de notar que no século 21 o uso da tecnologia da informação é fundamental para alcançar o desenvolvimento sustentável, a UNESCO criou o Programa Internacional de Informática (IIP), cuja missão é formar especialistas em informática nos países desenvolvimento e redução das desigualdades neste domínio entre o Norte e o Sul. O Programa Geral (IGP) é o ponto de encontro das atividades da UNESCO no campo da informação científica e técnica, documentação, bibliotecas e estoque.

A Itália foi admitida na UNESCO no dia 8 de novembro de 1947, durante a Conferência da Cidade do México, enquanto Portugal foi admitido pela primeira vez em 1965, retirando-se em 1972, para depois regressar finalmente em 1974, permanecendo desde então<sup>153</sup>. No parágrafo VI.3 será tratado, mesmo que brevemente, as principais atividades das Comissões Nacionais UNESCO de Itália e Portugal.

## **V.2 Breves notas sobre os processos de decisão na formação da WHL. A WHL em Itália e em Portugal**

Depois da assinatura da Convenção de 1972, em 1977 a UNESCO definiu os primeiros critérios para o estabelecimento de espaços com significados e interesse mundial, sendo em 1978 divulgada uma lista com os primeiros sítios definidos como património da humanidade.

Partindo do pressuposto de que as convenções, recomendações e resoluções internacionais sobre a propriedade cultural e natural são de extrema importância para todos os povos do mundo, como já referido, apresentam-se como uma possibilidade de

---

<sup>153</sup> Muitas vezes, por razões políticas, vários estados entraram na organização uma primeira vez, retirando mais tarde a sua participação.

salvaguardar propriedades únicas e insubstituíveis, já que a definição do património, apenas a nível nacional, muitas vezes se apresenta incompleta devido a escala dos recursos que ele necessita.

Hoje, do ponto de vista operacional, a UNESCO opera através do World Heritage Committee<sup>154</sup> e dos seus órgãos consultivos (ICOMOS, IUCN e ICCROM), discriminando três tipos diferentes de bens que dão vida a três WHL:

- Bens culturais
- Bens naturais
- Bens mistos

Os dois primeiros foram antes escrutinados, enquanto os bens mistos dizem respeito ao conjunto de bens que não estão incluídos nas primeiras duas categorias.

A nomeação dos sítios que pertencem ao primeiro tipo é proposta ao Comité dos estados individuais, sendo a sua avaliação final realizada pelo ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*), uma organização não-governamental internacional fundada em 1965 e que, através dos seus Comités Nacionais, lida com a proteção e salvaguarda dos monumentos históricos e locais de interesse cultural.

Para os bens da segunda tipologia, a avaliação final é feita pela ICUN (*International Union for Conservation for Nature and Natural Resources*), fundada em 1948, sendo atualmente a maior rede mundial em matéria de proteção ambiental, cujo objetivo é apoiar todas as iniciativas destinadas a preservar a integridade e a biodiversidade.

Em 2004, foram definidos dez critérios orientadores para a inscrição na WHL, válidos para ambos os bens, culturais e naturais<sup>155</sup>:

1. representar uma obra-prima do génio criador humano;
2. mostrar um importante intercâmbio de valores humanos, inserido num longo período temporal ou numa área cultural do mundo, sobre a evolução da arquitetura, da tecnologia, das artes monumentais, do urbanismo ou do projeto paisagístico;
3. ser testemunho único ou excecional de uma tradição cultural ou de uma civilização viva ou desaparecida;

---

<sup>154</sup> O WHC é um órgão criado pela própria Convenção de 1972 (art.º 8), composto por representantes de vinte e um Estados-Membros da UNESCO, eleitos a cada seis anos, a partir de critérios de rotação e de representatividade, com a tarefa de construção e gestão da World Heritage List. <http://whc.unesco.org> (último acesso 20.01.2015).

<sup>155</sup> [www.unesco.it](http://www.unesco.it) (último acesso 20.01.2015).

4. ser um extraordinário exemplo de um tipo de construção, conjunto arquitetônico ou tecnológico ou de paisagem que ilustre uma ou mais etapas significativas na história humana;
5. ser um exemplo notável de um estabelecimento humano tradicional, de utilização de recursos territoriais ou marinhos, representativo de uma cultura (ou culturas), ou da interação humana com o ambiente, especialmente quando este se tornou vulnerável por efeito de transformações irreversíveis;
6. serem diretamente ou materialmente associados com acontecimentos ou tradições vivas, com ideias ou crenças, obras artísticas ou literárias, dotadas de significado universal excepcional. (o Comité considera que este critério deve ser usado em conjunto com outros critérios);
7. apresentar fenómenos naturais superlativos ou áreas de excepcional beleza natural ou importância estética;
8. ser uma testemunha extraordinária das principais etapas da evolução da terra, incluindo testemunhos de vida, de processos geológicos em curso no desenvolvimento das características físicas da superfície terrestre ou de características geomorfológicas ou fisiográficas significativas;
9. ser exemplo representativo de importantes processos ecológicos e biológicos na evolução e no desenvolvimento de ecossistemas e de comunidades de plantas e animais terrestres, de água doce, costeiros e marinhos;
10. apresentar os habitats naturais mais importantes e significativos, adequados para a conservação in situ da diversidade biológica, incluindo aqueles em que vivem espécies ameaçadas de excepcional valor universal, do ponto de vista da ciência ou da conservação.

Atualmente, estão classificados 1031 sítios, sendo 802 culturais, 197 naturais e 32 mistos, localizados em 163 Estados<sup>156</sup>.

Ao longo dos anos, o número de sítios inscritos na lista tem crescido rapidamente e este crescimento tende a acelerar ainda mais o seu ritmo nos próximos anos.

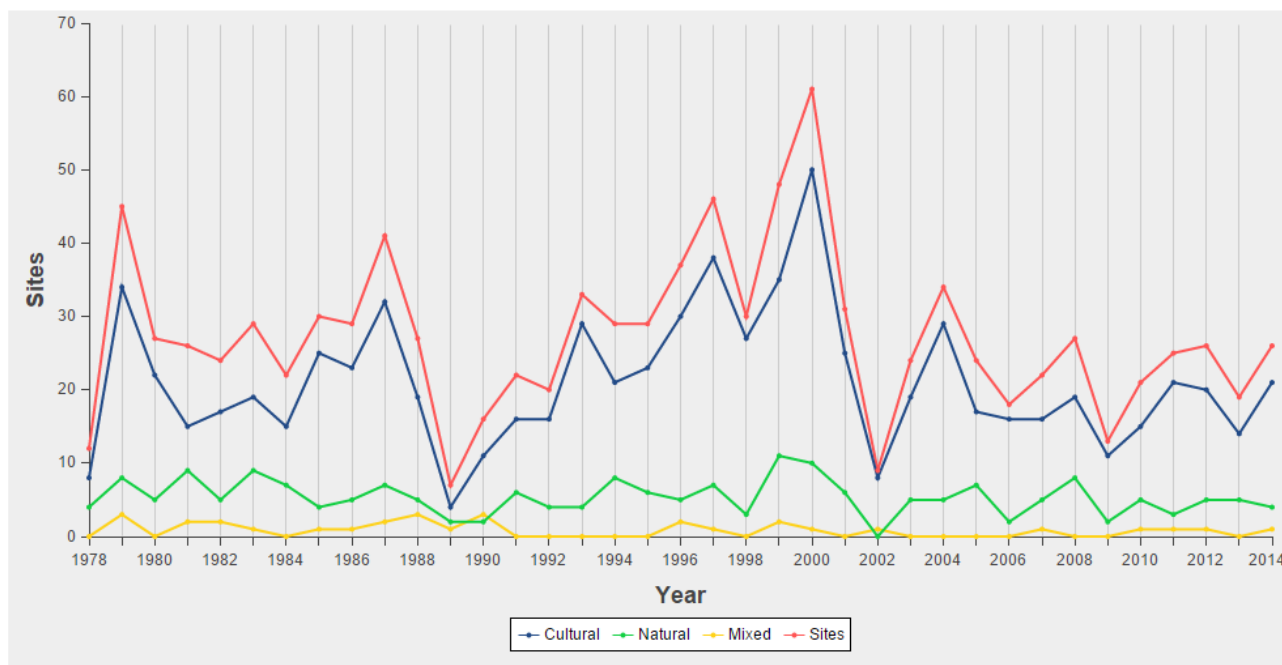
Este aumento dos números dos bens protegidos é um processo que Benhamou (1996) atribui à extensão tipológica (mais tipologias vão sendo possíveis de classificação) e à adição histórica; quanto mais tempo passa, mais os bens adquirem o valor histórico,

---

<sup>156</sup> [www.unesco.it](http://www.unesco.it) (último acesso 18.06.2016).

representando património para as gerações futuras (em paralelo com a ampliação do conceito de cultura, assim como foi tratado anteriormente).

A Fig. 27 indica o número de sítios incluídos na Lista do Património de 1978 a 2014.



Fonte: UNESCO, 2014 ([www.unesco.org](http://www.unesco.org) último acesso 18.06.2016).

Fig. 27 Sítios inscritos por critério 1978-2014.

Atualmente, a Itália é o país que tem o maior número de sítios (51) incluído na lista do Património Mundial. O primeiro a ser incluído no WHL foi, em 1978, a “Arte Rupestre de Valcamonica”. A Valcamonica é situada na área montanhosa da região da Lombardia (não muito longe de Milão) e contém uma das maiores coleções de pinturas rupestres pré-históricas - mais de 140.000 símbolos e figuras esculpidas na rocha durante um período de mais de 8.000 anos. Encontrados em ambos os lados de um vale inteiro, petróglifos retratam temas relacionados com a agricultura, caça dos cervos, duelos, bem como figuras geométricas-simbólico.

Foram posteriormente incluídos os sítios italianos mais importantes e conhecidos, a partir do centro histórico de Roma (1980), depois para Florença (1982) Veneza (1987) e assim por diante.

Os sites incluídos na lista têm características diferentes. A primeira subdivisão é possível fazê-la em função da sua extensão:

1. extensão territorial: os centros históricos de cidades (Nápoles, Florença, Siena ...), os sítios arqueológicos (Herculano, Pompeia, Piazza Armerina, Paestum, Velia, a

necrópole etrusca de Cerveteri e Tarquínia, etc.), as aldeias dos trabalhadores Crespi d'Adda, S. Leucio), os parques naturais (Dolomiti, o parque Nacional do Cilento) e as paisagens do vinho Langhe (Piedmont);

2. extensão pontual: as residências aristocráticas (por exemplo, as vivendas dos Médici em Toscana, as vivendas de Palladio, as residências reais da família Savóia em Piedmont), as catedrais de Cefalù, Palermo e Monreale, o Palácio Real de Caserta, e assim por diante.

Na Quadro 25 há a lista dos sítios italianos protegido pela UNESCO.

1978	Arte Rupestre da Valcamonica
1980	Centro histórico de Roma e as propriedades extraterritoriais da Santa Sé
1980	Convento S. Maria delle Grazie e <i>Última Ceia</i> de Leonardo Milão
1982	Centro histórico de Florença
1987	Veneza e a Lagoa
1987	Piazza del Duomo, em Pisa
1990	Centro histórico de San Gimignano
1993	I Sassi (centro histórico) e as igrejas rupestres de Matera
1994	Cidade de Vicenza e as vilas de Palladio
1995	Centro histórico de Siena
1995	Centro histórico de Nápoles
1995	Bairro dos Trabalhadores de Crespi d'Adda
1995	Ferrara, Cidade do Renascimento e do estuário do Pó
1996	Castel del Monte
1996	Trulli di Alberobello
1996	Monumentos paleo-cristãos de Ravenna
1996	Centro histórico de Pienza
1997	Palácio real de Caserta, aqueduto carolino e S. Leucio
1997	Residências dos Sabóia
1997	Jardim Botânico de Pádua
1997	Portovenere e le Cinque Terre as ilhas (Palmaria, Tino e Tinetto)
1997	Catedral, Torre Cívica e Piazza Grande de Modena
1997	Áreas arqueológicas de Pompéia, Herculano e Torre Annunziata
1997	Costiera Amalfitana
1997	Vila romana di Piazza Armerina
1997	Aldeia pré-histórica de Barumini

1998	Parque Nacional de Cilento e áreas arqueológicas di Paestum e Velia
1998	Centro histórico de Urbino
1998	Áreas arqueológicas de Aquileia
1999	Vila Adriana em Tivoli
2000	Ilhas Eolie
2000	Assis e os lugares franciscanos
2000	Cidade de Verona
2001	Vila d' Este em Tivoli
2002	Cidades do barroco tardio de Val di Noto
2003	I Sacri Monti di Piemonte e Lombardia
2003	Monte S. Giorgio
2004	Necrópoles Etrusche di Cerveteri e Tarquinia
2004	Val Norcia
2005	Siracusa e as necrópoles
2006	Genova e le Strade Nuove
2008	Mantova e Sabbioneta
2008	O caminho de ferro Retica del Bernina (Conjunto com a Suíça)
2009	Dolomiti
2011	Os lugares do poder dos Longobardi na Itália
2011	Aldeias pré-históricas sobre palafitas nos Alpes
2013	Vilas Medicee em Toscana
2013	Vulcão Etna
2014	Paisagens Vinhateiras das Langhe
2015	Palermo arabo-normanna e as Catedrais de Cefalù e Monreale

Fonte: [www.unesco.it](http://www.unesco.it) (último acesso 28.06.2016).

Quadro 25 - Lista e dos sítios italianos protegidos pela UNESCO.

Portugal possui 14 bens culturais, sendo o centro histórico de Angra do Heroísmo, nos Açores, em 1983 um dos primeiros sítios a ser reconhecido como património mundial da humanidade, em função sobretudo da preservação de sua arquitetura militar.

Destaca-se ainda, no mesmo ano de 1983, a classificação dos monumentos do Convento de Cristo, em Tomar, Mosteiro dos Jerónimos e Torre de Belém, em Lisboa e, o Mosteiro da Batalha, na vila do mesmo nome.

De entre as demais áreas definidas como património, destaca-se a Região do Alto Douro, enquanto primeira área de produção de vinhos definida como património, que se

carateriza também pela peculiar paisagem, rodeada de montanhas que lhe dão caraterísticas mesológicas e climáticas particulares.

Deve ainda mencionar-se as últimas inclusões, da cidade fronteiriça e das fortificações de Elvas, em 2012, e da Universidade de Coimbra, Alta e Sofia, em 2013.

Dos quatorze sítios, três são centros históricos – Évora, Porto e Guimarães. Angra do Heroísmo é classificada enquanto matriz urbanística de referência para estruturação espacial das áreas coloniais (Quadro 26).

1983	Zona Central da cidade de Angra do Heroísmo nos Açores
1983	Mosteiro da Batalha
1983	Mosteiro dos Jerónimos e Torre de Belém em Lisboa
1983	Convento de Cristo em Tomar
1986	Centro histórico de Évora
1989	Mosteiro de Alcobaça
1995	Paisagem Cultural de Sintra
1996	Centro histórico do Porto
1998	Sítios de Arte Rupestre do Vale do Côa e Siega Verde
1999	Laurissilva da Madeira
2001	Centro histórico de Guimarães
2001	Região Vinhateira do Alto Douro
2004	Paisagem da Cultura da Vinha da Ilha do Pico
2012	Cidade-Quartel Fronteiriça de Elvas e as suas Fortificações
2013	Universidade de Coimbra – Alta e Sofia

Fonte: [www.unescoportugal.mne.pt](http://www.unescoportugal.mne.pt) (último acesso 28.06.2016).

Quadro 26 Lista e dos sítios portugueses protegidos pela UNESCO.

Mas, para um bem ser incluído na lista da WHL, além de ter que satisfazer as conhecidas condições de integridade e autenticidade definidas pelas Linhas Guias, deve estar dotado de um idóneo sistema de proteção e de gestão, que garanta a sua salvaguarda no tempo. Para cada sítio do Património Mundial, existem planos de gestão que, por norma, estabelecem a linha política dos visitantes, confrontando-se com temáticas como: os preços de entrada e o desenvolvimento do turismo local, o impacto dos visitantes (grupos de turistas, estudiosos, estudantes) e os potenciais danos dos recursos, derivados da superlotação e dos processos naturais.

Além do mais, os planos de gestão interessam-se também pela informação, pelos serviços secundários (lojas, guias, restaurantes) e pela acessibilidade.

Apesar da existência de bons planos de gestão e controlo periódico por parte da UNESCO, os críticos do programa para os locais do Património Mundial defendem que esta organização na verdade faz muito pouco para a conservação dos sítios WHL.

Uma das vozes mais críticas é a do estudioso Sakya (1996, p. 205): «(a Comissão) é incapaz de oferecer financiamentos, mas está sempre presente para complicar os projetos». Contrariamente, é reforçado que o próprio controlo da UNESCO na gestão dos sítios é uma garantia para a sua correta utilização e conservação, tanto que se não são respeitados os *standards* programáticos o sítio pode ser banido da WHL (Timothy e Boyd, 2007).

Um interessante estudo publicado em 2009 (Rebanks, 2009) distingue três critérios que motivam à candidatura para a inscrição na WHL:

1. **Designação celebrativa:** quando o reconhecimento é atribuído a locais já célebres e adequadamente protegidos, para o qual a respetiva inscrição na WHL é um valor acrescentado.
2. **Designação de emergência:** refere-se aos locais na qual a integridade é ameaçada pela degradação ou por pressões de outro tipo como, por exemplo, conflitos. Neste caso, a inscrição tem como duplo objetivo: o de recordar o compromisso internacional para a proteção do bem e o de estimular a autoridade competente a programar e atuar sobre as políticas de proteção mais rígidas e eficazes.
3. **Catalisador de “place making”:** com base nesta visão, a inscrição na Lista da UNESCO pode constituir um estímulo para o desenvolvimento económico e social fundado sobre a valorização do património, que pode degenerar na definição de uma renovada identidade territorial e no crescimento da participação e do sentido da comunidade local. Trata-se de uma abordagem que pode gerar recaídas mais complexas e de escala mais vasta, sobretudo no que se refere aos locais apelidados de “vivos” caracterizados por uma elevada complexidade territorial (ex. paisagens culturais), na qual a proteção e a gestão da comunidade local desenvolvem um papel imprescindível.

Neste último caso, inclui-se também a crescente tendência, da parte de muitas cidades, de pedir a inscrição na WHL., que é entendida como uma espécie de “certificado de qualidade” para o território, que pode gerar importantes benefícios económicos,



nomeadamente no turismo; daí deriva o crescente interesse dos territórios na entrada para a lista da UNESCO<sup>157</sup>.

A UNESCO apresenta-se como um marco de referência nas rotas do turismo cultural, assim como o objetivo desta tese quer demonstrar.

Especificamente, ao nível de procura, a inscrição na WHL funciona como um sinal de informação e consequentemente polo de atração turística (Mignosa, 2001).

A este respeito, Klamer (2003, p. 11) refere que: «get a cultural good listed on the UNESCO World Heritage List, and people will value that good more».

Neste caso, é útil para relatar os resultados de um estudo promovido pela Comissão italiana da UNESCO, em 2011, intitulado "Il valore del brand UNESCO" (o valor da marca Unesco), ao fim de entender seja o nível de conhecimento da marca da UNESCO e seja sua imagem na opinião pública nacional.

O trabalho é o resultado de uma pesquisa com uma amostra representativa da população italiana<sup>158</sup> e de *opinion markers*<sup>159</sup>.

Em particular, está analisando a marca da UNESCO através os seguintes indicadores:

1. fama / reputação:

Segundo a pesquisa à opinião pública, o reconhecimento da UNESCO é muito elevado: 98% afirmam "saber o que se ocupa a UNESCO". Mas, em paralelo, observa-se que a "profundidade" do reconhecimento da UNESCO é ainda parcial:

- 36% sabem bem o que "faz a UNESCO e as suas atividades";
- 49% afirmam saber a UNESCO "apenas em termos gerais";
- 13% só "ouviu nomear e não sabe o que faz".

A reputação da UNESCO (medida por três indicadores: confiança, eficiência, importância da missão) aparece muito alta e generalizada:

- o nível de confiança é de 69%
- a perceção da eficácia de 75%
- 80% da amostra considera importante para a sua missão.

---

<sup>157</sup> Cf. Respostas nº 3 e 4 Entrevista 1QUit e Respostas nº 2 e 3 Entrevista 1QUpt.

<sup>158</sup> Para obter mais detalhes sobre a metodologia da pesquisa e a amostragem dos entrevistados referem-se ao estudo em questão (p.25).

<sup>159</sup> As características dos inquiridos são (p. 106):

- representantes do mundo das instituições culturais;
- administradores públicos (com responsabilidades relacionadas a bens artísticos e ambientais);
- operadores no mundo dos negócios e do mundo da finança consciente de arte e cultura;
- especialistas e comunicação técnica (estratégias de marca).

## 2 análise de imagem de perfil:

na sondagem da opinião pública, o perfil de imagem é globalmente positivo, como não existem comentários negativos de qualquer dos aspetos investigados. Os elementos os elementos de maior caracterização são:

- perfil orientado fortemente internacionalização;
- prestígio e autoridade, que são baseados em um lado de uma forte atribuição de competência e por outro um reconhecimento marcante da relevância e importância da missão.

Para os *opinion markers*, confirmam e ampliam a imagem do perfil UNESCO relacionando com duas dimensões principais macro:

- .- a ligação com as Nações Unidas, considerada de alto valor simbólico agrega valor à UNESCO em termos de prestígio e confiança;
- .- a marca UNESCO entendida como uma marca de qualidade como granadas de sites de competência, experiência e capacidade de intervenção.

- O nível de conhecimento da missão e do trabalho da UNESCO:

.na amostra da pesquisa de opinião pública, mostra uma forte identificação da UNESCO no campo da cultura, e em particular a proteção dos bens culturais (77%), naturais (68%) e na proteção das culturas locais (64%). Menos conhecido é o conhecimento das seguintes atividades:

- Promover a cooperação e a inovação cultural (50%);
- Promover o desenvolvimento sustentável (39%) e a proteção da biodiversidade (39%).

Para a maioria dos *opinion markers*, a ação geral de percepção UNESCO é muito vaga e limitada. Praticamente desconhecido para os inquiridos são as outras áreas, tais como educação para o desenvolvimento sustentável, a proteção da biodiversidade e cooperação intelectual.

- A possibilidade de transferência do valor da marca UNESCO:

na opinião pública, o valor de transferência da marca da Unesco é muito alta, 75% dos entrevistados acreditam que o logótipo da UNESCO tem uma importante promoção nela de iniciativas e atividades.

Em particular, traz valor acrescentado ao domínio do património cultural (mais de 85%), como parte da promoção do turismo e territorial (81%), na publicação artístico-cultural (75%).

As entrevistas dos *opinion markers* mostram claramente a importância da marca UNESCO, vista exclusivamente no contexto da proteção e promoção do património cultural.

Os benefícios da “marca” UNESCO compreendem:

- Aspetos simbólicos: a marca de qualidade, o prestígio
- Capacidade de gerar desenvolvimento económico (turismo).

Como será tratado nos parágrafos seguintes, tudo isto pode provocar um premente processo de massificação do turismo nestes lugares, e pode gerar sérios danos a preservação e uso consciente destes recortes espaciais, resultando, assim, numa perda das heranças deixadas por outros tempos. (Vinuesa, 2002).

### **VII.3 As principais atividades realizadas por comissões nacionais da UNESCO de Itália e Portugal**

A Comissão italiana para UNESCO foi constituída em 1950 pelo Decreto Interministerial de 11.02.1950 e atualmente é regulada pelo Decreto do Ministério dos Negócios Estrangeiros nº 4195/2007.

O trabalho da Comissão italiana, em conformidade com as tarefas previstas pela UNESCO, é dividido nas seguintes áreas:

- Educação: que é dividido em atividade relacionadas com questões ambientais e de educação para o desenvolvimento sustentável, tais como as atividades anuais organizadas sobre o tema da água, por ocasião da “Semana do desenvolvimento sustentável” e a organização da rede “Global network of learning cities” (Turim é a única cidade italiana incluída na rede), que tem, entre os seus principais objetivos: promover a aprendizagem desde o ensino primário ao superior, ampliar o uso das tecnologias modernas de aprendizagem e, por fim, visar uma cultura de aprendizagem durante a vida inteira.

Muito importante é a rede de 247 escolas filiadas à UNESCO (ano letivo 2015/16) e as 21 cátedras UNESCO.

- Ciências Ambientais: as atividades da Comissão Nacional nesta área podem ser resumidas em três linhas de ação: a gestão de áreas protegidas do programa MAB através da criação de espaços privilegiados de investigação, formação e educação ambiental (na Itália são 14); a gestão da rede do italiana dos Geoparques<sup>160</sup>, que atualmente são 10, e, no âmbito do programa de internacional água IHE (UNESCO IHE), a Comissão italiana, com a contribuição do CNR (Conselho Nacional de Pesquisa), criou um programa de estudos na sede do *Istituto per la Ricerca per la protezione idro-geologica* (IRPI Instituto de Pesquisa para a Proteção Geo-hidrológico) do CNR<sup>161</sup> (Consiglio Nazionale delle Ricerche, Conselho Nacional de Pesquisa), localizado em Perugia.
- Ciências sociais e humanas: referem-se em todas as atividades promocionais relacionadas com a propagação da liberdade de imprensa, direitos humanos e monitorar as mudanças sociais, a fim de sugerir respostas adequadas aos decisores políticos.
- Cultura: Além da formação da "Tentative List"<sup>162</sup>, a Comissão segue os processos burocráticos para a aceitação de novas inscrições e, atualmente, o seu trabalho pode-se dividir em duas frentes: a execução de projetos da UNESCO e da organização de eventos relacionados com a celebração datas especiais.

No primeiro caso, ele destaca os projetos relacionados com a proteção das "expressões da diversidade cultural", o Programa "Memória do Mundo", como é bem conhecido abrange a herança mundial de livros e documentos de arquivo que desempenhou um papel-chave na história evolutiva global.

A Lista dos bens italianos até agora incluídos no programa é a seguinte (entre parênteses a data de inscrição na lista): Biblioteca Malatesta em Cesena (2005)<sup>163</sup>, Coleção da Biblioteca Corvianiana (2005, transnacional: Áustria, Bélgica, França Alemanha e Hungria)<sup>164</sup> Arquivo Histórico da Diocese de Lucca (2011)<sup>165</sup>, Arquivo

<sup>160</sup> <http://www.geoparchitaliani.it/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>161</sup> O Conselho Nacional de Pesquisa (CNR) é a maior organização de pesquisa pública na Itália. Fundada em 1923, e desde então, tem desempenhado o papel de conselheiro do governo sobre investigação e como um fundo de financiamento para bolsas de investigação universitária. [www.cnr.it](http://www.cnr.it) (último acesso 26.06.2016).

<sup>162</sup> A Comissão italiana UNESCO, dentro no prazo de 180 dias úteis, expressa a sua opinião sobre o pedido de inclusão na Tentative List, primeira fase para iniciar o processo de reconhecimento de bem protegido pela UNESCO. [www.unesco.it](http://www.unesco.it) (último acesso 26.06.2016).

<sup>163</sup> É fundada no século XV, foi a primeira biblioteca pública da Europa e o único exemplo de uma biblioteca humanista da época renascentista que chegou completa. <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-8/the-malatesta-novello-library/#c187210> (último acesso 26.06.2016).

<sup>164</sup> Foi uma rica biblioteca fundada pelo rei Matthias Corvinus da Hungria em 1460. Atualmente apenas uma parte dos livros estão disponíveis em algumas bibliotecas nesses países.

Histórico do Instituto Luce (2013)<sup>166</sup>, Codex Purpureus Rossianensis (2015)<sup>167</sup>, Coleção dos Calendários Lunares de Barbanera (2015)<sup>168</sup>, a obra de Fray Bernardino de Sahagún (2015)<sup>169</sup>.

Nesta linha, outro programa é a Rede das Cidades Criativas. As cidades italianas listadas são (entre parênteses o ano da inscrição): Bolonha (2006), como Cidade da Música<sup>170</sup>; Fabriano (2013)<sup>171</sup>, como cidade criativa para a Folk Art; Turim (2014)<sup>172</sup>, como cidade criativa para o Design; Parma (2015)<sup>173</sup>, como cidade criativa para a gastronomia; Roma (2015)<sup>174</sup>, como cidade criativa para o cinema.

---

<http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-8/the-bibliotheca-corviniana-collection/#c185673> (último acesso 26.06.2016).

<sup>165</sup> O arquivo preserva 1800 documentos e 156 pergaminhos da época anterior do X século. É a maior coleção dos documentos históricos desse período na Europa. <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-5/luccas-historical-diocesan-archives/#c215187> (último acesso 26.06.2016).

<sup>166</sup> O Instituto LUCE (**L'Unione Cinematografica Educativa** – União Cinematográfica Educativa), fundado durante a época fascista, em 1924, possui uma valiosa coleção de audiovisual desde aquela época histórica. <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-6/newsreels-and-photographs-of-istituto-nazionale-luce/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>167</sup> É um manuscrito grego do século VI, conservado no Museu Diocesano de Rossano (Calabria) e contendo textos dos Evangelhos de Mateus e Marcos. O adjetivo "Purpureus" vem do fato de que suas páginas são avermelhadas (em Latim *purpureus*) e contém uma série de miniaturas, tornando-o um dos mais antigos manuscritos do Novo Testamento. <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-8/the-codex-purpureus-rossanensis/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>168</sup> É um célebre almanaque impresso pela primeira vez em Foligno (perto de Perugia) em 1762, segundo algumas fontes. <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-2/collection-of-barbanera-almanacs/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>169</sup> A obra do Fray Bernardino de Sahagún (1499-1590) é um dos mais renomados textos históricos do México antigo. A sua obra contém o *Matritense Codex* um produto manuscrito de grande pesquisa etnográfica na Nova Espanha. É sido um pioneiro na antropologia moderna. Atualmente, é preservado na Biblioteca Nacional de Antropologia e História de Florença. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-9/the-work-of-fray-bernardino-de-sahagun-1499-1590/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>170</sup> A cidade se desenvolveu ao longo dos séculos, uma tradição musical de extraordinária importância, e desde 1450 na Universidade há uma cadeira de *lecturam musicae*.

<http://cittadellamusica.comune.bologna.it/il-network-delle-citta-creative-unesco/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>171</sup> A cidade tem uma longa tradição de produção de papel artesanal.

<http://www.unesco.it/cni/index.php/news/283-fabriano-citta-creativa> (último acesso 26.06.2016).

<sup>172</sup> A cidade tem uma tradição industrial longa, especialmente ligados à produção de carros. O design foi um aspecto-chave do sucesso de indústrias.

<http://www.comune.torino.it/unesco/> (último acesso 26.06.2016).

<sup>173</sup> A cidade tem uma forte tradição gastronômica, e também está localizada a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos (EFSA).

<http://www.comune.parma.it/notizie/news/tag/+Parma+Citt%C3%A0+Creativa+Unesco+per+la+gastronomia.aspx> (último acesso 26.06.2016).

<sup>174</sup> Roma TEM Uma longa tradição da indústria cinematográfica. Depois da Guerra mundial, nos estúdios de Cinecittà foram gravados grandes filmes, premiados por várias vezes com o Oscar. Nessa época a cidade foi conhecida como a "Hollywood sobre o rio Tibre"

Entre as iniciativas mais interessantes contam-se: através do Fundo Internacional para a Diversidade Cultural, a promoção de iniciativas que visam proteger as expressões culturais em risco de extinção; a organização de eventos relacionados com celebrações internacionais, como em 21 de março, o Dia Internacional de Poesia, em 23 de abril, o Dia Internacional do Livro, em 2 de dezembro, o Dia Internacional da Abolição da Escravidão, etc. Em 2010, foi celebrado o “Ano Internacional para a Aproximação das Culturas”. O objetivo desta iniciativa foi o de colocar a aproximação das culturas como um elemento-chave em todas as políticas a nível local, regional, nacional e internacional, envolvendo o maior número de participantes.

- Comunicação: nesta área, para além dos programas oficiais da UNESCO, a Comissão comprometeu-se igualmente a informação e difusão de atividades organizadas.

Em Portugal, a Comissão Nacional foi constituída em 1979 e, atualmente, encontra-se regulada pelo Decreto Regulamentar n.º1/2013. A Comissão desenvolve um vasto leque de atividades, dividido nas seguintes áreas:

- Educação: Como já escrito anteriormente, os objetivos educativos da UNESCO são, principalmente, apoiar a realização de Educação para Todos (EPT), a fim de assegurar a liderança global e regional na educação para fortalecer os sistemas de ensino em todo o mundo, desde a infância até a idade adulta, para responder aos desafios globais contemporâneos através da educação.

Neste âmbito, a Comissão coordena a rede de 18 bibliotecas e escolas associadas com a UNESCO (87, no ano letivo 2015/16), incluindo o lançamento de concursos escolares e a elaboração de material pedagógico e educativos.

A formação avançada é representada na rede de cinco Cátedras UNESCO, baseadas sobre novos programas de ensino para melhorar a investigação e a reflexão e enriquecimento dos programas universitários existentes.

A rede de centros e clubes da UNESCO (42) desenvolve também um papel muito importante. Eles são formados por grupos de pessoas (associações sem fins lucrativos, ONG, escolas, universidades, fundações, círculos culturais, sociais e

administrativos da comunidade) que têm como objetivo promover a UNESCO e os seus Programas, propagar os seus ideais através de atividades inspiradas nas atividades da Organização, contribuir para a formação cívica e democrática dos seus membros, apoiar os Direitos Humanos, favorecer a compreensão internacional e o diálogo entre os povos, difundir informação relativa à UNESCO junto do público, a nível local.

- Ciências Ambientais: desenvolve o seu papel na coordenação de grupos de trabalho e comités nacionais de programas científicos da UNESCO. Em 2005, a Comissão Nacional da UNESCO, criou um grupo de trabalho, composto por dezanove representantes convidados, dos mais diversos setores da sociedade civil, como ONG's, empresas, media, universidades, administração pública e professores, no sentido de se apresentarem propostas para desencadear o arranque da Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável, em Portugal. Neste sentido, foi produzido um documento oficial intitulado “Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável (DNUEDS) – contributos para a sua dinamização em Portugal”, no qual foram identificadas áreas de intervenção prioritária de grande efeito multiplicador, acções transversais para mobilizar vários setores da sociedade e projetos concretos capazes de dinamizar processos de mudança.

Muitas das atividades desenvolvidas tiveram por base efemérides proclamadas ou apoiadas pela UNESCO, com enquadramento associado à DNUEDS, como, por exemplo, os Anos Internacionais referentes ao Planeta Terra (2007-2009), Astronomia (2009), Biodiversidade (2010) e, mais recentemente, às Florestas (2011) e à Química (2011), o Ano Internacional de Cooperação no Domínio da Água (2013), ou o Ano Internacional da Matemática do Planeta Terra (2013), e nos quais se procurou envolver toda a Sociedade, trabalhando em diversas redes.

O tema do estudo dos oceanos desempenha um papel fundamental na nação lusitana, tanto por razões históricas, como políticas.

A Comissão Oceanográfica Intergovernamental (COI) da UNESCO e os seus parceiros coordenam os programas de investigação e de observação dos oceanos (no âmbito do Sistema Mundial de Observação dos Oceanos) e vigiam permanentemente o estado dos oceanos para melhorar as previsões meteorológicas, reduzir as incertezas sobre as alterações climáticas, melhorar a gestão dos ecossistemas e dos recursos marinhos e fornecer alertas rápidos em caso de tsunamis e outras catástrofes ligadas ao Oceano. A COI tem um ramo

nacional em Portugal, que é o Comité Português para a Comissão Oceanográfica Intergovernamental, cujo Presidente é o Senhor Professor Doutor Mário Ruivo.

Muito importante, é o Fórum português de Geoparques e a dinamização de atividade em prol do desenvolvimento sustentável.

- Ciências sociais e humanas: compreende todas as atividades promocionais como apoiar a liberdade de expressão, promover o diálogo intercultural e uma cultura de paz.
- Cultura: cumpre o seu papel de coordenação de grupos de trabalho interministeriais, realiza o apoio técnico à apresentação de candidaturas no âmbito das convenções da UNESCO para a proteção e salvaguarda do património cultural e imaterial<sup>175</sup>.

Atualmente, o património cultural português conta 15 sítios, distribuído por todo o país. Os bens referem-se a alguns monumentos notáveis da cultura lusitana. Desde o 2015, foi organizada uma rede a fim de melhorar o conhecimento e a difusão desses bens - e há, também, uma rede a fim de melhorar a sua valorização<sup>176</sup>.

Considerando a grande tradição marítima do país, existem dois projetos muito interessantes como a proteção do Património Mundial de Influência Portuguesa<sup>177</sup> e o Património Cultural subaquático em Portugal.

O primeiro refere-se ao papel histórico que tinha Portugal na abertura do mundo desde a Época dos Descobrimentos e inclui os testemunhos materiais e imateriais da ocupação e dominação portuguesa em várias regiões do mundo. Estes testemunhos do passado fazem agora parte da história universal, na medida em que ilustram a construção da modernidade e evocam os primórdios da globalização que atualmente permeia as sociedades.

Em novembro de 2012, a Lista deste Património Mundial contava já com 26 bens de influência portuguesa, distribuídos por 18 países em 4 continentes, existindo muitos outros nas Tentative List de diversos países<sup>178</sup>.

---

<sup>175</sup> Em Portugal foi realizada em 2004 a Tentative List pelos um grupo de especialistas. Cada 10 anos a deve ser atualizada (<http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=pt>).

Até hoje esta Lista ainda não foi atualizada. (Cf.Resposta nº 2 Entrevista 1QUpt).

<sup>176</sup> <http://www.rpmp.pt/> (ultimo acesso 27.06.2016).

<sup>177</sup> Cf. Tese de doutoramento Universidade de Lisboa, “Marcas de Tempos Passados em um Mundo Globalizado: um Olhar sobre o Património Cultural da Humanidade de Olinda (Brasil) e os Recortes Espaciais de Sintra, Évora e Guimarães (Portugal) de Luciana Rachel Coutinho Parente (2015) em particular cap. 3, 4 e 5.

<http://repositorio.ul.pt/handle/10451/20209> (último acesso 20.06.16).



O segundo projeto refere-se à Convenção 2001 da UNESCO sobre o Património Cultural Subaquático, que representa o principal instrumento da UNESCO para aumentar a proteção jurídica e operacional do património cultural subaquático.

Em maio de 2011, a Comissão Nacional da UNESCO celebrou um Protocolo de colaboração com o Centro de História de Além-Mar (CHAM), da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, visando “Promover ações concretas e em conjunto, tendo em vista a prossecução de iniciativas dirigidas à divulgação e sensibilização para a educação, preservação e proteção do património, nomeadamente o património arqueológico e o património cultural subaquático” (art.13)<sup>179</sup>.

Atualmente em Portugal desde 2015 há duas “Cidades Criativas”: Óbidos e Idanha-a-Nova. Óbidos foi incluída na lista como “cidade criativa literária” principalmente por duas razões: a realização, em parceria com uma casa editora, do projeto “Vila Literária”, a partir de 2011. O projeto resultou na criação de uma dezena de livrarias em “lugares improváveis”, entre os quais uma igreja, um mercado biológico, uma antiga adega e uma escola primária desativada; e a organização do Folio - Festival Literário Internacional de Óbidos<sup>180</sup>. Idanha-a-Nova foi distinguida como Cidade Criativa na área da música, por causa da sua longa tradição de festivais de musica<sup>181</sup>.

No programa UNESCO, Memória do Mundo, Portugal inclui estes bens no Registo (entre parênteses o ano de inscrição): Carta de Pêro Vaz de Caminha (2005)<sup>182</sup>,

Coleção Corpo Cronológico (2007)<sup>183</sup>, Tratado de Tordesilhas (2007)<sup>184</sup>, Relatórios da Primeira Travessia Aérea do Atlântico Sul por Gago Coutinho e Sacadura

---

<sup>178</sup> <https://www.unescoportugal.mne.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade/patrimonio-mundial-de-influencia-portuguesa> (último acesso 20.06.16).

<sup>179</sup> <https://www.unescoportugal.mne.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade/patrimonio-cultural-subaquatico-em-portugal> (último acesso 20.06.16).

<sup>180</sup> <http://en.unesco.org/creative-cities/node/370> (ultimo acesso 20.05.16).

<sup>181</sup> <http://cityofmusicen.cm-idanhanova.pt/idanha-a-nova-e-a-musica.aspx> (ultimo acesso 20.05.16).

<sup>182</sup> Esta Carta era para o rei de Portugal, Manuel I e é o primeiro documento que descreve a terra e as pessoas do que se tornou o Brasil. é preservada no Instituto dos Arquivos Nacionais / Torre do Tombo. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-5/letter-from-pero-vaz-de-caminha/> (último acesso 20.06.16).

<sup>183</sup> É uma coleção de manuscritos dos séculos XV e da primeira metade do século XVI. É uma série verdadeiramente única de informações sobre as relações entre os Português e os povos África, Ásia e América Latina.

Cabral – (2011)<sup>185</sup>, Roteiro da primeira viagem de Vasco da Gama à Índia, 1497-1499 (2013)<sup>186</sup>.

- Comunicação: a Comissão desempenha um papel de promoção de atividades como a publicação de brochuras, folhetos e o lançamento anual de um prémio de jornalismo no tema de Direitos Humanos.

Alem destas atividades, a Comissão tem um papel de dinamizador das diferentes atividades ligadas à UNESCO, como o projeto “Jovens Embaixadores de Évora”. Este projeto visa promover e divulgar o património de Évora através de jovens estudantes que, no âmbito da sua formação, se desloquem para outros países, ou sejam jovens estudantes que no âmbito da sua formação venham temporariamente estudar para Évora. Este jovem, através dos próprios contatos, podem promover diretamente a cidade<sup>187</sup>.

Para este fim, a proteção do património cultural é uma das atividades da UNESCO, talvez a mais conhecida.

---

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-2/corpo-cronologico-collection-of-manuscripts-on-the-portuguese-discoveries/> (último acesso 20.06.16).

<sup>184</sup> Este Tratado é assinado com Espanha. O Tratado de Tordesilhas, de 7 de junho de 1494, envolvendo acordos entre o rei Fernando II de Aragão e Isabel I, de Castela, e D. João II, de Portugal, estabeleceu uma nova linha entre as duas coroas, correndo de pólo a pólo, 370 léguas a oeste das ilhas de Cabo Verde. O documento fica está Biblioteca Nacional de Lisboa.

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-8/treaty-of-tordesillas/#c188347> (último acesso 20.06.16).

<sup>185</sup> Este documento original e único consiste em dois relatórios, um por Capitão Gago Coutinho e outro pelo Capitão Sacadura Cabral, ambos sobre o primeiro voo sobre o Oceano Atlântico Sul, em 1922, para hidroaviões, apenas com os meios internos de navegação (o Coutinho- inventado sextante com horizonte artificial) de Lisboa para Rio de Janeiro. Este evento é um marco importante na história da aviação e marca a utilização do sextante na navegação aérea, pela primeira vez. Está guardado na Biblioteca Nacional da Marinha em Lisboa.

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-3/first-flight-across-the-south-atlantic-ocean-in-1922/> (último acesso 20.06.16).

<sup>186</sup> O autor é anónimo e é a única cópia do relatório da primeira viagem de Vasco da Gama à Índia, cuja viagem foi o início de grandes descobertas geográficas.

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-4/journal-of-the-first-voyage-of-vasco-da-gama-to-india-1497-1499/> (último acesso 20.06.16).

<sup>187</sup> Cf. Resposta nº1 do Entrevista1QUpt.

## V.4 Os centros urbanos inseridos na WHL

Numa análise (ainda que superficial) das cidades incluídas na Lista do Património Mundial da UNESCO, é possível subdividir os diferentes aglomerados urbanos em três categorias diferentes:

- 1) Cidades não habitadas, mas que transmitem de maneira evidente traços de uma civilização do passado. Estes locais são caracterizados na sua maioria por um estilo arquitetónico homogéneo, onde são facilmente legíveis as conexões históricas que caracterizaram a sua importância. Claramente, esta categoria não apresenta grandes diferenças quando comparada com um local arqueológico. (ex. Petra na Jordânia).
- 2) Cidades históricas atualmente habitadas. Nesta categoria é possível inserir algumas distinções:
  - a. Cidades típicas de uma determinada época ou cultura que se conservaram quase integralmente, escapando aos efeitos principais dos sucessivos desenvolvimentos (ex. Ferrara, cidade do Renascimento).
  - b. Cidades que contêm elementos importantes e típicos de fases históricas próximas de outros desenvolvimentos, apresentando episódios interessantes de estratificação histórica. Frequentemente, integram também partes do território extraurbano ou outros núcleos de edifícios separados do centro urbano, mas que têm uma estreita relação com este último. (Ex. Veneza e a sua Lagoa, Cidade Quartel Fronteira de Elvas e as suas fortificações).
  - c. Centros históricos de cidades contemporâneas que correspondem ao núcleo originário do centro urbano (ex: centro histórico de Siena e de Évora).
  - d. Parte do tecido urbano, como bairros bem distintos do resto da cidade ou de praças com os respetivos edifícios que a circundam (ex. no primeiro caso, o Sassi di Matera e, no segundo, a Praça do Duomo de Pisa, a Universidade de Coimbra)
- 3) Cidades novas de fundação construídas durante o século XX (ex. Brasília).

Como se observou nas Quadro 25 e 26, ao longo dos anos o número das Cidades que inscrevem o Centro Histórico na Tentative List<sup>188</sup> e conseguem atingir a WHL tem aumentado.

Como já foi discutido anteriormente, as razões são essencialmente relacionadas com o aumento da visibilidade que oferece a marca da UNESCO, principalmente em termos de turismo.

No caso italiano, os benefícios turísticos são maiores para as cidades poucos conhecidas, em geral medias e pequenas (Pienza, Ferrara, Gan Gimignano...); pelo contrário, em cidade já conhecidas, pode afetar muito pouco (Roma, Veneza)<sup>189</sup>. Mas a inclusão na WHL é uma indiscutível garantia de qualidade turística.<sup>190</sup>

Também em Portugal a marca da UNESCO tem um valor de uma acreditação turística<sup>191</sup>. Deve ser também considerado um outro aspeto fundamental. A inscrição na WHL precisa de recursos financeiros para a salvaguarda, preservação promoção dos bens a proteger<sup>192</sup>.

Esta questão ganha ainda mais importância para os bens de posse de gestão pública, cujos custos de investimentos e de exploração são, sobretudo, financiados com recursos públicos e privados que lhe estão associados (Rebelo, 2014).

## **VI.5 A relação entre o turismo e as cidades do património da UNESCO**

Com uma simples metáfora, podemos imaginar os sítios protegidos pela UNESCO como “ilhas” dentro de um território.

Estas ilhas representam lugares particulares e são, ao mesmo tempo, considerados recursos turísticos e lugares estimuladores das atividades criativas, em função da formação de uma “atmosfera” de certo modo artificializada.

Um exemplo concreto deste último caso poderiam ser os desfiles organizados pela *Griffe Dolce & Gabbana* no centro histórico de Nápoles, Património Mundial da UNESCO. A atmosfera do lugar não era apenas o cenário de desfile de modas, mas o mesmo “genius loci” foi o motivo inspirador e criativo das roupas na passarela<sup>193</sup>.

---

<sup>188</sup> <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/> (último acesso 01.06.2016).

<sup>189</sup> Cf. Resposta n° 2 Entrevista 1QUit.

<sup>190</sup> Cf. Resposta n° 3 Entrevista 1QUit.

<sup>191</sup> Cf. Resposta n° 2 Entrevista 1QUpt.

<sup>192</sup> Cf. Resposta n° 3 Entrevista 1QUpt.

<sup>193</sup> A Maison comemorava os 40 anos de atividade - La Repubblica 8 de julho 2016.

Neste sentido, como já tratado anteriormente, Choay (1996) sublinha como as heranças culturais são transformadas em produtos de consumo, numa síntese original entre o turismo e a “cultura”.

A gestão de turismo e outras atividades económicas podem causar impactos significativos nas áreas protegidas, portanto, o mesmo ICOMOS (1999, p. 2)<sup>194</sup> aponta: «O turismo doméstico e internacional continuam a estar entre os veículos mais importantes para as trocas culturais, proporcionando uma experiência pessoal, não só sobre aquilo que sobreviveu do passado, mas sobre a vida e a sociedade contemporânea dos outros. Ele é crescentemente apreciado como sendo uma força positiva para a conservação natural e cultural. O turismo pode capturar as características económicas do património e dedicá-las à conservação, gerando fundos, educando a comunidade e influenciando a política. É uma parte essencial de muitas economias nacionais e regionais, e pode ser um importante fator no desenvolvimento, quando gerido com sucesso.»

Claro que o turismo tem um efeito multiplicador na economia de um território, como o alojamento, a alimentação, o entretenimento, os transportes e outros relacionados, assim como foi já amplamente abordado no Capítulo III.

Portanto, os espaços patrimoniais apresentam o maior recurso das cidades históricas, favorecendo, nomeadamente, o desenvolvimento do turismo cultural, através do turismo. O património transcende sua dimensão cultural desde um sentido somente histórico e cultural, para se transformar em recurso produtivo.

Este conceito tem a sua própria força nos processos de planeamento contemporâneos de desenvolvimento territorial, onde os recursos endógenos (naturais, humanos, financeiros e culturais) são um importante fator estimulador do desenvolvimento, baseado sobre o conceito da singularidade dos recursos do território.

Este assunto é muito importante, permite numa economia mundial cada vez mais conectada, globalizada e homologadas, distinguir o território devido à singularidade dos seus recursos.

Neste sentido, é importante saber como divulgar e dar a conhecer os recursos em questão. A interpretação é, portanto, o processo pelo qual o significado do lugar que está a ser visitado é comunicado e explicado aos visitantes. O seu objetivo é ajudar os turistas e visitantes para fazer uma experiência do lugar ou evento, de uma forma que pode ser diferente dependendo das interpretações (Timothy, Boyd, 2007).

---

<sup>194</sup> <http://www.icomos.org/18thapril/underwater-bibliography.pdf> (último acesso 01.06.2016).

Nesta linha, o ICOMOS, na “Carta Internacional do Turismo Cultural” (1999, p. 4), defende que «O património natural e cultural é um recurso material e espiritual, proporcionando uma narrativa do desenvolvimento histórico. Ele tem um papel importante na vida moderna e deve ser tornado física, intelectual e/ou emocionalmente acessível ao público em geral.

Os programas estabelecidos para a proteção e conservação dos atributos físicos, dos aspetos intangíveis, das expressões culturais contemporâneas e de contexto alargado, devem facilitar uma compreensão e uma apreciação do significado do património, pela comunidade residente e pelos visitantes, de uma maneira equitativa e sustentável».

Contudo, se a transformação do património em produto turístico, por um lado, pode ser considerado como um fator de estímulo à economia, representa, por outro lado, um grande risco para a perda da identidade, devido à pressão humana, que favorece a descaraterização destes lugares da memória.

Sobre a perda de identidade por causa do excessivo turismo, Sarmiento e Brito Henriques (2013, p. 5)<sup>195</sup> apontam: «tourism, with its practices and putting millions of different people in contact, plays a critical role in people’s identity: hosts as well as in tourists».

Tendo em conta que vivemos num mundo onde tudo é transformado no mercado e ganhos, também a cultura e a utilização económica dos bens protegidos, assim como aponta Silva (2000, p. 220)<sup>196</sup> :«O património tornou-se uma componente essencial da indústria turística com implicações económicas e sociais evidentes. A exploração turística dos recursos patrimoniais permite inverter a forte tendência de concentração da oferta turística junto ao litoral, dispersando o turismo para o interior, para as pequenas cidades, com uma distribuição mais equitativa dos seus benefícios [...] Por outro lado, com frequência se reclama a utilização do património para fins turísticos para se fazer face a um turismo massificado que ameaça as identidades locais».

Em síntese, podemos afirmar que a relação entre lugares do património da UNESCO e o turismo é uma relação complexa e multiforme e já se encontra bastante consolidada. O turismo cultural pode ser uma boa oportunidade de desenvolvimento económico, mas pode tornar-se efémero, na medida que não seja seguida uma lógica de participação dos atores locais nas escolhas para os novos usos.

---

<sup>195</sup> Os autores realizam uma reflexão sobre o turismo no sul global, a partir de alguns exemplos de caso da África, da América Latina e da Ásia. A obra parte da perspectiva de abordagem do turismo em locais com economias e poderes desiguais, ainda que alguns não estejam localizados no sul geográfico.

<sup>196</sup> Património e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural.

<http://ufpbdigital.ufpb.pt/dspace/bitstream/10284/1713/3/217-224.pdf> (último acesso 02.07.2016).

Este ponto é central no problema. Como aponta Choay (2011, p.48) «Esta cruzada pelo consumo mercantil do património não é somente prejudicial aos visitantes, ao mesmo tempo enganados quanto à natureza do bem a consumir e colocados em condições de amontoamento e ruído totalmente impróprias a qualquer deleite intelectual ou estético. Conduz também frequentemente à destruição dos lugares classificados, tanto pela edificação das necessárias estruturas de recepção (hoteleiras e outras) como pela eliminação de atividades criativas ligadas a cultura local e à sua identidade».

Recentemente, como tem sido citado o exemplo do referido desfile de modas de Dolce e Gabbana no centro histórico de Nápoles património da UNESCO, o papel da Economia Criativa<sup>197</sup> está tornando-se um setor em crescimento e pode apresentar uma efetiva possibilidade para o desenvolvimento local, uma vez que abarca diversos ramos da economia.

Como conclusão, pode-se afirmar que as atividades criativas podem promover/estimular um maior dinamismo económico para os lugares património, e tornar-se um elemento de referência na maior interação entre os atores locais e os visitantes, e gerar, portanto, um incentivo ao “turismo criativo”.

O “turismo criativo” (cf. Capítulo II) pode, assim, dar mais vida aos lugares património, tirando o foco dos elementos tangíveis, uma vez que esta modalidade tem como pressuposto uma integração dos visitantes com as dinâmicas locais, assim como foi escrito anteriormente.

Pode-se dizer que, em geral, nos documentos publicados pela UNESCO é assumido que, de forma direta ou indireta, a inscrição na WHL tem um impacto económico positivo, sobretudo no turismo (Rebelo, 2014).

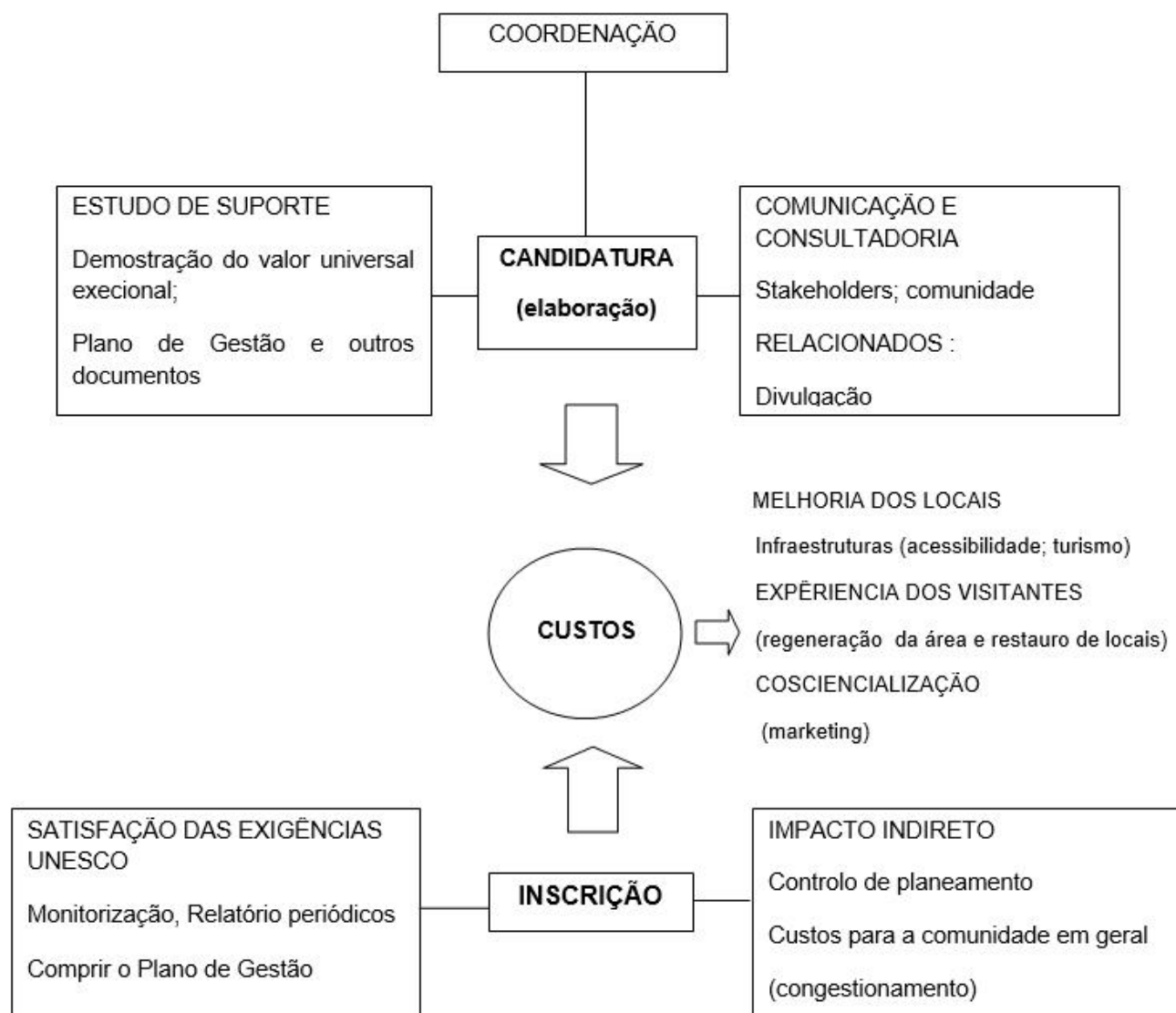
O impacto é tanto mais elevado quanto mais ciente e envolvida estiver a comunidade local (residentes e empresa dos diversos setores na relevância do bem para o desenvolvimento atual e futuro da cidade de custos e benefícios (Jimura, 2011).

A determinação dos primeiros não apresenta muitas dificuldades, o mesmo não sucede com os benefícios, consequência da característica de bens públicos e dos efeitos de *spillover* gerados (Rebelo, 2014).

---

<sup>197</sup>Existem inúmeras definições de Economia Criativa, mas todos eles têm um único denominador comum: o conjunto das atividades relacionadas com o mundo criativo. Os setores que fazem parte são: arquitetura, publicidade, design, artes, antiguidades, artesanato, moda, cinema e vídeo, televisão, editoração e publicações, artes cênicas, rádio, softwares de lazer e música. (Howkins, 2001).

É possível resumir os custos propostos no esquema da Fig. 28.



Fonte: Rebelo, 2014, p.8. Reelaborado pelo autor.

Fig. 28 - Visão global dos custos.

Neste esquema (Fig.28), podemos distinguir os custos ligados à fase da candidatura (estudos de suporte, comunicação, etc.) e aqueles ligados à fase de inscrição, subdivididos em dois grupos. De uma parte, há a satisfação das exigências da UNESCO (relatórios periódicos, Plano de Gestão), da outra parte, os custos relacionados com os impactos indiretos, como o controlo do planeamento e, sobretudo, as despesas causadas pelo congestionamento do turismo. No longo prazo, estes custos devem incluir a criação



de novo serviços de apoio, infraestruturas de acesso, equipamentos complementares e comunicação, entre outros.

Se o desígnio da UNESCO é promover «an appropriate equitable balance between conservation, sustainability and development» (Budapest, Declaration on the World Heritage, 2002), é essencial verificar o balanço dos custos/benefício.

Nos parágrafos seguintes, de forma indicativa, foram abordadas as consequências positivas e negativas da inscrição no WHL.

## VI.6 Consequências territoriais positivas

O reconhecimento de um bem como Património Mundial da Humanidade da UNESCO é um prenúncio de importantes consequências e de uma variedade de expectativas por parte da administração que o propõe, pelos atores que, de algum modo, se relacionam com o local e por parte da população local, em geral.

Estes efeitos consideram não só o início de significativas atividades de restauração e valorização do património, que constituem o ponto de partida do processo de candidatura, mas também o possível impacto social no território (Van der Aa, 2000).

Nesta visão, é possível diferenciar, pelo menos, quatro grupos de atores do território que têm proveitos positivos com a inclusão do bem na WHL:

- **os que se ocupam da conservação**, os peritos, os cientistas, os técnicos de restauro, que com a chegada de fundos podem trabalhar com melhores meios, mesmo com o auxílio das tecnologias mais avançadas;
- **os promotores da candidatura** que, em geral, são representados pelos administradores públicos, que consequentemente com as repercussões internacionais do evento, aproveitam a iniciativa como um eficaz catalisador para o próprio consenso político;
- **as comunidades locais**, que identificam a candidatura como uma circunstância positiva, seja em termos de orgulho por abrangerem uma restrita lista de lugares, seja porque preveem possíveis ganhos económicos;
- **os turistas**, que colocam amiúde grandes expectativas nestes lugares em relação aos outros locais “não classificados”, atribuindo ao reconhecimento da UNESCO um papel de “marca de qualidade”, que permite escolher entre os destinos com características análogas, os de maior interesse (Gravari-Barbas, Jacquot, 2008).

Mais especificamente, segundo um estudo comparativo suportado pelo Department for Culture, Media and Sports do Governo Britânico e reportado por Pettenati (2012), a inscrição de um sítio na WHL determina efeitos positivos significativos, que podem-se agrupar em três categorias:

A. **Âmbito económico:** os impactos económicos consequentes de uma candidatura na WHL referem-se, sobretudo, ao papel exercido pelo turismo. Este último, seja pela importância que tem, seja pelo seu valor económico total, tem assumido um relevo comparável ao da conservação (Rakic, 2007). Assim como é citado numa rica literatura existente, pode-se sintetizar a relação entre turismo e os sítios UNESCO em três pontos:

1. Aumento da notoriedade – Atualmente, a lista compreende mais de mil locais, estando em contínua expansão. Dela fazem parte localidades já muito reconhecidas como, por exemplo, Veneza e a sua lagoa, e lugares apenas notórios a nível nacional. Se a designação, por parte da UNESCO, acrescenta pouco ao reconhecimento dos primeiros, muito diverso é o seu efeito na fama internacional do património menos conhecido, sobretudo nos países em vias de desenvolvimento. Nestes casos, o novo status de Património da Humanidade torna-se um elemento importante das estratégias de comunicação turística territorial, transformando destinos, até então conhecidos só a nível regional e nacional em potenciais metas do turismo internacional (Buckley, 2002). O fator principal do aumento da notoriedade internacional dos locais inscritos na WHL advém, provavelmente, da atenção que lhes é conferida pelos *media* (revistas especializadas ou não, televisão, guias de viagem, etc.), que constitui uma das principais motivações para o começo do processo de candidatura (Gravari-Barbas, Jacquot, 2008).
2. Estímulo à economia local – Muitos estudos demonstram que, se adequadamente explorado dentro de um conjunto de estratégias de promoção e desenvolvimento turístico, o *status* do Património da Humanidade pode causar um efeito positivo no setor turístico, em particular um geral aumento do número de visitantes do sítio, sobretudo estrangeiros. O turismo pode produzir um *efeito de arrastamento* na economia local (Van der Aa, 2005).

3. Papel guia dos sítios UNESCO no turismo nacional – Tal suposição resulta particularmente válida nos países em vias de desenvolvimento (Yang et al, 2009).

B. **Âmbito territorial:** o impacto sobre o território compreende as políticas de regeneração urbana e ambiental que se iniciam na fase de candidatura à inscrição na WHL e as atividades de conservação do património. O pesquisador holandês Bart Van der Aa (2005), autor de um aprofundado estudo crítico sobre o Património da Humanidade, diferenciou três âmbitos nos quais se manifestam este aumento da eficácia dos instrumentos de proteção do património:

1. origem de uma atenção internacional para uma eventual degradação do património que pode culminar com a inserção de um sítio na lista do *World Heritage in Danger*;
2. criação de sistemas de gestão específicos, que têm como missão principal a conservação do património;
3. apoio financeiro na gestão e na conservação do património, através da intervenção de um fundo designado de *World Heritage Fund* (no caso da procura de assistência por parte de um estado membro) ou de outras entidades (ex. governo nacional, World Bank, privados, etc.).

4.

C. **Âmbito social:** a identificação dos habitantes dos territórios circunstantes aos sítios, como veículo fundamental na aplicação à escala local dos valores propostos pela Convenção UNESCO (Deegan, 2012), reconduz a um maior efeito potencial da inscrição na WHL. Este aspeto, que ainda foi só marginalmente referido pela literatura, evidencia o aumento da participação, do sentido de pertença e do capital social da comunidade local. Os benefícios individualizados neste campo estão ligados, sobretudo, a um incremento do sentido cívico e do sentido de pertença dos cidadãos nas áreas circundantes aos locais UNESCO (Price Waterhouse Coopers, 2007), ao crescimento do interesse dos cidadãos, a respeito do seu território

(Jimura, 2011), e ao aumento do orgulho pela própria cultura de pertença e do património presente no território em que se vive (Evans, 2002).

## **VI.7 Consequências territoriais negativas**

Até agora foram tratados, embora de uma forma totalmente esquemática, os possíveis efeitos positivos da inclusão de um local na WHL; mas, com a finalidade de ter uma perspetiva global dos efeitos causados, também é necessário fazer referência aos aspetos negativos. A lista abaixo cita apenas alguns itens. No entanto, há que ter em consideração que os efeitos negativos podem ser muito marcantes, ao ponto de determinar o cancelamento do sítio da WHL. Entre estes, os vários autores realçam:

- a) O aumento excessivo da pressão turística que é suscetível de produzir danos irreversíveis ao bem protegido (du Cros, 2007), como repetidamente mencionado anteriormente (cf. parágrafos II.1.6 e III.2). Isto é particularmente importante em relação à proliferação de estudos e referências sobre a implementação de políticas de turismo sustentável, a partir da publicação de várias Cartas internacionais sobre este tipo de turismo, desde logo a Carta do Turismo Cultural, elaborada no México, em 1999, pelo Comité do Turismo Cultural do ICOMOS para o turismo sustentável. O documento reconsidera e repensa radicalmente as primeiras experiências preliminares, datadas dos anos setenta, contendo uma série de princípios inovadores para o desenvolvimento e gestão dos sítios culturais, com o objetivo principal de promover o turismo cultural e de olhar para a preservação do património, recurso não renovável da indústria do turismo<sup>198</sup>. Às vezes, com o intuito de melhor proteger do ataque dos turistas os sítios sob proteção são aplicadas medidas extremas, que parecem ir contra os objetivos anteriormente previstos.

---

<sup>198</sup> A Carta parte da constatação de que o turismo, sobretudo quando excessivo, pode provocar a degradação e a destruição do ambiente natural da comunidade de acolhimento, e insiste sobre a necessidade de garantir uma participação ativa da comunidade local, até agora deixados à margem de todo o progresso turístico. A Carta ainda aponta para que o património cultural, através da experiência turística, seja acessível ao grande público, e corretamente apresentado. A gestão do local deve, então, prever eficazmente, por meio de programas didáticos, a compreensão dos componentes históricos, culturais e ambientais do lugar. Daqui se evidencia que já foram superados os tradicionais critérios-diretores do Património Mundial da UNESCO, que se limitavam às necessidades de reestruturação, conservação material e à genérica valorização do lugar.

De facto, em certas situações de evidente debilidade do lugar decide-se pela restrição ou interdição do acesso aos locais;

- b) A excessiva sobreposição mediática do local pode provocar ações de represália ou de discordância. Nota-se que «com o tempo, algumas características do património cultural chegam a simbolizar as memórias partilhadas por uma sociedade» (Lowenthal, 1975, p. 12), pelo que os lugares e monumentos históricos inseridos na WHL podem representar ideais ou até mesmo orgulho nacional. Por exemplo, a 20 de Fevereiro de 2015, no decorrer do encontro futebolístico entre a equipa local e uma equipa holandesa, o centro histórico de Roma (Património da UNESCO desde 1980) foi objeto de destruições por parte de fações extremistas da claque holandesa.
- c) A exclusão das classes mais pobres das áreas internas aos confins do local ou imediatamente circunstantes, devido a fenómenos de *gentrification* ou de atribuição de um uso turístico exclusivo (Van der Aa, 2005; Gravari-Barbas, Jacquot, 2008). Isto está particularmente presente nos centros históricos que possuem espaços urbanos que são apenas uma fachada, como já foi explorado nos parágrafos precedentes. De resto, mencionando novamente as Cartas Internacionais para o Restauro dos centros históricos (cf. parágrafos II.2.3 e II.2.4), não é possível imaginar uma atividade de proteção e de conservação sem ter em conta o tecido social e económico que vive nestas áreas urbanas de tão elevado prestígio. O tema é particularmente sentido na proximidade das atrações turísticas, onde repetidamente antigas habitações ou lojas históricas libertam o espaço para gelatarias, restaurantes *fast-food* ou, por vezes, para complexos edificadas transformados em bancos ou escritórios do terciário avançado. Tal leva a que estas áreas geralmente estão sujeitas a consideráveis trabalhos de regeneração urbana, aumentando, por um lado, o seu valor económico e, por outro, transformando os lugares em espaços vividos apenas durante o dia, com ausência de vida quotidiana.
- d) A maior concentração de recursos e de atenções ligadas à conservação e à valorização do património em relação aos locais inscritos na lista, em detrimento de outras realidades semelhantes dentro de uma mesma

região ou do mesmo país (Frey, Steiner, 2010). Este ponto é particularmente importante, visto que a UNESCO não concede fundos, mas controla que o plano de gestão seja efetivamente aplicado (cf. parágrafo V.2), de modo a confirmar o sítio na WHL.

Num período de crise económica generalizado, os fundos destinados à proteção do património artístico ou, em geral, à cultura, são sempre limitados. Em particular, nestes países mais atingidos pelo défice público, os poucos fundos disponíveis na maioria dos casos são utilizados na manutenção dos sítios mais conhecidos, aqueles que representam também as mais importantes atrações turísticas do país. Como é fácil de perceber (cf. parágrafo anterior), estas últimas estão incluídas na WHL, onde a opinião pública e os vários operadores económicos que têm interesse podem exercer uma notável influência sobre os decisores políticos.

Recentemente, o esforço de conciliar o crescente turismo com a fragilidade dos sítios UNESCO incentivou o mesmo Centro para o Património Mundial da UNESCO a aprovar, em 2012, um programa intitulado de «Património Mundial e Turismo Sustentável», como forma de combater e prevenir os efeitos negativos. Entre os aspetos principais deste programa, emergiram a sustentabilidade do usufruto e a alta qualidade do acolhimento. Esta última pressupõe também a formação de pessoal especializado, com a intenção de fornecer informações corretas sobre o local a ser visitado.

Na verdade, o aspeto da interpretação daquilo que se visita, entendido como «fornecer conhecimento que melhora a compreensão e promove um interesse que gera uma maior apreciação e talvez, a uma maior responsabilidade» (Helbert, 1989, p. 191), tem a tendência a alcançar três objetivos fundamentais: 1) educar as pessoas sobre o local que estão a visitar; 2) oferecer aos visitantes uma experiência agradável e envolvente; 3) criar um sentido de responsabilidade pelo lugar visitado. Por conseguinte, Tilden (1977, p. 38) escreveu «a pessoa que compreende o valor (de um lugar) não o desfigurará intencionalmente, porque se realmente o compreendeu, saberá que aquele lugar tornar-se-á uma parte de si mesmo».

## VI. CASOS DE ESTUDO

As razões da escolha dos estudos de caso foram explicadas na Introdução. Recorde-se que as cidades escolhidas cujos centros históricos fazem parte da lista da UNESCO são Siena e Évora, enquanto que as cidades que têm um centro histórico semelhante, mas que não são incluídas na referida lista, são Viterbo e Santarém. Também como se referiu antes, segundo a maior parte da literatura científica consultada, a procura de um “efeito UNESCO” como catalisador do desenvolvimento turístico pode ser determinado por três metodologias de pesquisa:

- 4) Por comparação entre os sítios que pertencem à WHL e as outras realidades análogas não inscritas (Tisdell, Wilson, 2002; Özdirlik, Nicot, 2008), sendo esta a modalidade mais usada;
- 5) Para cada localidade pertencente à WHL, comparam-se as *performances* turísticas entre a situação inicial e aquela posterior à sua designação (Jimura, 2011);
- 6) Esta última metodologia consiste na criação de um hipotético cenário, na qual a designação da UNESCO não terá ocorrido (Prud’Homme, 2008). Esta é, seguramente, a metodologia mais complexa, em que o resultado final decorre de inúmeras hipóteses nem sempre corretamente avaliadas ex ante.

Escolheu-se utilizar, simultaneamente, as duas primeiras metodologias, excluindo a terceira, por considerar a mesma particularmente complexa e de difícil determinação. Para estas razões foi realizada uma pesquisa de dados sobre os fluxos turísticos segundo os critérios já expostos anteriormente:

- Os dados de Siena e Viterbo foram fornecidos respetivamente pela Província<sup>199</sup> de Siena e da Região de Lazio<sup>200</sup>;
- Os dados de Évora e Santarém foram fornecidos pelo INE<sup>201</sup>.

---

<sup>199</sup> A província é um organismo intermédio entre o Município e a Região; de alguma forma, poderia ser comparado ao distrito, em Portugal. É atualmente um órgão eleito (o que não sucede em Portugal), mas está a ser discutida a sua supressão. O Estatuto das províncias prevê competências no tema do turismo, como o processamento dos dados e a promoção do turismo ao nível territorial delegado pelas Regiões.

<sup>200</sup> Os dados fornecidos foram processados pelo ISTAT (Istituto Italiano de Estatística). O autor gostaria de agradecer os funcionários da Província de Siena (Dra. Maria Teresa Mauro) e da Região de Lazio (Dr. Vincenzo Campone) a disponibilidade e a celeridade no fornecimento dos dados para este trabalho de investigação.

<sup>201</sup> O autor quer agradecer à Dra. Lúzia Estevens, do INE, a bondade e a disponibilidade.

Como já foi escrito na metodologia de pesquisa, para uma melhor compreensão dos casos de estudos, foram utilizados as entrevistas com figuras representativas do setor do turismo.

A seleção das entrevistas seguiu os seguintes critérios:

- Entrevistas com pessoas que trabalham no âmbito da UNESCO e participam diretamente na implementação de políticas e planos de ação (cf. capítulo V). Por esta razão, foram feitas entrevistas técnicos superiores da UNESCO Itália (anexo 1QUit) e da UNESCO Portugal (anexo 1QUpt);
- Entrevistas a atores que trabalham na programação de políticas para o desenvolvimento do turismo ao nível regional. Para Itália, são a Região Toscana onde fica Siena e Região Lazio onde fica Viterbo. Para Portugal seria a ERT (Entidade Regional de Turismo) Alentejo, onde ficam as cidades de Évora e Santarém.

É apropriado fazer, agora, uma breve explicação sobre a organização turística pública, seja em Itália, seja em Portugal. No primeiro país, com a criação das Regiões, houve a transferência da tutela direta do turismo do Estado para as mesmas (DPR n. 617/1977). Passando para as Regiões as competências turísticas, em 1993 foi suprimido o Ministério do Turismo<sup>202</sup>. Somente em 2009 foi novamente criado o Ministério do Turismo, principalmente por duas razões:

- a falta de uma visão geral sobre o tema do turismo nacional face ao aumento dos fluxos turísticos e à forte concorrência de outros países;
- a necessidade de coordenação com outros sectores como os transportes, o património cultural e a proteção do meio ambiente.

Atualmente, o Ministério dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo<sup>203</sup> (Ministério dos Bens e Atividades Culturais e de Turismo) promove as políticas nacionais de promoção turística através de dois instrumentos<sup>204</sup>:

- ENIT (Ente Nazionale Italiano per il Turismo - Agência Nacional Italiana para o Turismo). Esta Agência tem a tarefa de criar planos para a promoção e comercialização do turismo em países estrangeiros. Entre as principais funções, contam-se: 1) apoiar a oferta turística italiana nos mercados

---

<sup>202</sup> A supressão foi ratificada por referendo popular.

<sup>203</sup> O atual ministro é Dario Franceschini.

<sup>204</sup> [http://www.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/sito-UfficioStudi/Contenuti/Archivio-Newsletter/Archivio/2010/Newsletter-3/visualizza\\_asset.html\\_2047410911.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/sito-UfficioStudi/Contenuti/Archivio-Newsletter/Archivio/2010/Newsletter-3/visualizza_asset.html_2047410911.html) (último acesso 15.07.16).



internacionais; 2) coordenar as atividades de promoção com as Regiões; 3) assistir e apoiar as empresas de turismo<sup>205</sup>.

- ONT (Osservatorio Nazionale per il Turismo - Observatório Nacional para o Turismo). Este Observatório tem a tarefa de recolher informações económicas e sociais sobre turismo, a fim de oferecer um quadro completo e unitário deste setor da economia italiana altamente estratégico<sup>206</sup>.

Depois destas organizações centrais, que têm funções de coordenação com as iniciativas locais, numa perspetiva geral, há também organizações territoriais que aplicam as políticas turísticas:

- 1) Regiões (ao nível intermédio, entre o Estado e as Câmaras Municipais), que decidem as políticas estratégicas de turismo;
- 2) Agenzie regionali per la promozione turistica (Agências regionais de promoção turística). Estas agências têm a tarefa de organizar e coordenar as políticas regionais para o turismo (na prática, elas são o especto operacional do turismo regional). Mas apenas algumas Regiões têm um estatuto de autonomia, podendo trabalhar sem o controlo da Região (como por exemplo a Região Toscana); as outras agências estão diretamente controladas pela Região (tal como a Região Lazio);
- 3) Aziende di Promozione Turistica (APT – Agência de Promoção Turística) e uffici Informazione e Accoglienza Turistica (IAT - Serviço de Receção e Informação Turística). Estas entidades dependem das Regiões, mas desempenham um papel próprio ao nível local;
- 4) Províncias<sup>207</sup>;
- 5) Municípios (ao nível local).

Relativamente às agências regionais de promoção turística, foi decidido entrevistar dois funcionários que têm a responsabilidade de direção e planeamento de políticas turísticas regionais, um da Agenzia Regionale Toscana Promozione (Agência Regional Toscana de Promoção), com sede em Florença, e um segundo da Agenzia Regionale del Turismo del

---

<sup>205</sup> [www.enit.it](http://www.enit.it) (último acesso 15.07.16).

<sup>206</sup> [www.ontit.it](http://www.ontit.it) (último acesso 15.07.16).

<sup>207</sup> Como já mencionado anteriormente, de acordo com a proposta de Lei Constitucional, as Províncias serão suprimidas, o que será ratificado no referendo popular previsto para outubro de 2016.

Lazio (Agência Regional de Turismo de Lazio), com sede em Roma<sup>208</sup>. Ao nível local, decidiu-se de entrevistar os Vereadores do Centro Histórico (na relação com o turismo) das Câmaras Municipais de Siena e de Viterbo<sup>209</sup>.

Em Portugal, o Ministério do Turismo foi um efêmero departamento governamental, que teve existência autónoma apenas durante a vigência do XVI Governo Constitucional, entre 2004 e 2005. O Ministério do Turismo foi extinto com a entrada em funções do XVII Governo Constitucional. Atualmente, no âmbito do XXI Governo Constitucional (2015-...), há uma Secretaria de Estado do Turismo a funcionar no âmbito do Ministério da Economia<sup>210</sup>.

Em Portugal, funciona, por um lado, o Instituto do Turismo de Portugal, que tem como finalidades definir as estratégias de desenvolvimento turístico, gerir programas de incentivos e promover o destino Portugal<sup>211</sup>; por outro, observa-se um processo de “regionalização” com a instituição das Entidades Regionais de Turismo (ERT) - Lei nº. 33/2013, de 16 de maio, tendo havido o cuidado de as fazer corresponder às NUTS II.

Aquela Lei define o regime jurídico da organização e funcionamento das referidas entidades regionais de turismo, às quais compete valorizar e desenvolver as potencialidades turísticas e gerir de forma integrada os destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definidas pelo Governo (nº 1 do Artigo 5.º da Lei nº 33/2013). O modelo de gestão estimula o envolvimento dos agentes privados na ação destas entidades e determina a existência de quatro órgãos: a assembleia geral, onde têm assento as entidades participantes; a comissão executiva, órgão executivo e de gestão da entidade regional; o conselho de marketing, responsável pela aprovação e acompanhamento da execução do plano de marketing; e o fiscal único<sup>212</sup>.

---

<sup>208</sup> O autor agradece ao Dr. Giovanni Cali, responsável da Agenzia Regionale Toscana Promozione e à Dra. Anna Pasquetti, da Agenzia Regionale del Turismo del Lazio, a disponibilidade e a celeridade em fornecer todas as informações necessárias para prosseguir o trabalho de pesquisa.

<sup>209</sup> O autor agradece ao Vereador ao Centro Histórico de Siena, Prof. Doutor Stefano Maggi e à Arquitecta Doutora Raffaella Sarconi, Vereadora do Centro Histórico de Viterbo, a disponibilidade e a bondade demonstradas.

<sup>210</sup> nº 15 do Artigo 3.º do Decreto-Lei nº 251-A/2015, de 17 de dezembro.

<sup>211</sup>

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/QuemSomos/Anexos/Folheto%20TurismodePortugal.pdf> (último acesso 15.07.16).

<sup>212</sup>

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/destaque/Pages/NovaLeidasRegioesdeTurismo.aspx> (último acesso 15.07.16).

Ao nível local, algumas Câmaras Municipais<sup>213</sup> desempenham um papel relevante no turismo, criando entidades específicas para o efeito. Assim, por exemplo, a Câmara de Lisboa promoveu a criação de uma Associação designada “Turismo de Lisboa”<sup>214</sup>.

Em resumo, os órgãos de turismo em Portugal são:

- 1) Turismo de Portugal (ao nível nacional)
- 2) ERT (ao nível regional)
- 3) Câmaras Municipais (ao nível local).

Por analogia com Itália, pretendeu-se entrevistar um responsável da ERT Alentejo, com sede em Beja<sup>215</sup>, que compreende as cidades de Évora e Santarém, e os vereadores municipais com competência sobre o centro histórico das duas cidades em questão<sup>216</sup>.

Sabe-se da transversalidade do sector do turismo. Um aumento do turismo, como tem sido discutido nas páginas anteriores, determina também um impacto significativo que pode ser de ordem económica, social e ambiental – o que se acentua num destino turístico como os centros históricos, como apontam Timothy e Boyd (2007). O tema pode ser assumido em duas ordens de problemas:

- os centros históricos não são um museu. Além dos turistas, há uma população residente que às vezes não tolera, mais do que num certo limiar, a presença da população externa. A presença de muitas lojas, de refeições (restaurantes, café, pizzarias etc.), em detrimento das lojas de primeira necessidade (efeito *crowding-out*), determina uma série de problemas, entre os quais o aumento dos resíduos é o mais emblemático;
- com o aumento do turismo e da pressão humana se, por um lado, se produz economia, novos lugares de trabalho (como com o aumento das lojas em *franchising*), por outro lado, gera-se uma forte pressão humana sobre os monumentos, que são frágeis, e a perda da imagem característica desta parte da cidade.

---

<sup>213</sup> Não é obrigatório.

<sup>214</sup> <http://www.visitlisboa.com/getdoc/2fdbbdfb-67db-4eaa-955e-7b3e6d778ff9/ATL-Estatutos.aspx> (último acesso 15.07.16).

<sup>215</sup> Infelizmente, apesar dos inúmeros e-mails e telefonemas com o objetivo de efetuar uma entrevista com o Presidente da ERT do Alentejo, primeiro, depois um seu técnico superior, não conseguimos o mesmo. Nestes esforços, participaram também os orientadores desta dissertação, com prejuízo para esta investigação. Anexamos os Entrevistas não respondidos.

<sup>216</sup> O autor agradece ao Vereador do Centro Histórico da Câmara Municipal de Évora, Dr. Eduardo Luciano, e ao Vereador Arquiteto Luis Manuel Farinha, da Câmara Municipal de Santarém, a bondade e a disponibilidade evidenciadas.

Esta situação sugere que o setor do comércio é privilegiado para a compreensão do nível de turistificação dos centros históricos. Assim, foram organizadas entrevistas com dirigentes das associações comerciais que trabalham nos centros históricos das cidades em estudo:

1. Siena: a entrevista foi efetuada ao responsável do setor de turismo da Confcommercio. A Confcommercio é uma associação nacional de comerciantes e, em Siena, tem um escritório responsável pela cidade e pela sua província;
2. Viterbo: há uma associação de comerciantes do centro histórico com o objetivo específico de proteger e valorizar as atividades nesta parte da cidade, tendo sido entrevistado o presidente da Associação mesma;
3. Évora: foi entrevistada a Secretária da Associação Comercial do Distrito de Évora;
4. Santarém: foi entrevistado o Tesoureiro da Associação Comercial e Empresarial de Santarém<sup>217</sup>.

No Quadro 27, surge uma síntese.

Nível territorial	Entidade	Principais temas tratados nas entrevistas	Anexo
Macro	Comissão UNESCO Itália  Comissão UNESCO Portugal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a relação UNESCO – Turismo;</li> <li>• principais atividades no domínio da promoção do turismo e valorização dos sítios WHL;</li> <li>• saber se existem estudos sobre o mesmo objetivo principal desta tese.</li> </ul>	1QUit  1QUpt
Intermédio	Região Toscana (Siena) Agenzia Regionale Toscana Promozione Região Lazio (Viterbo) Agenzia Regionale del Turismo del Lazio;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principais atividades de promoção e valorização turísticas promovidas pela Entidade na área de estudo;</li> <li>• Dimensão e características dos fluxos turísticos (em geral);</li> </ul>	2QRsi  2QRvt

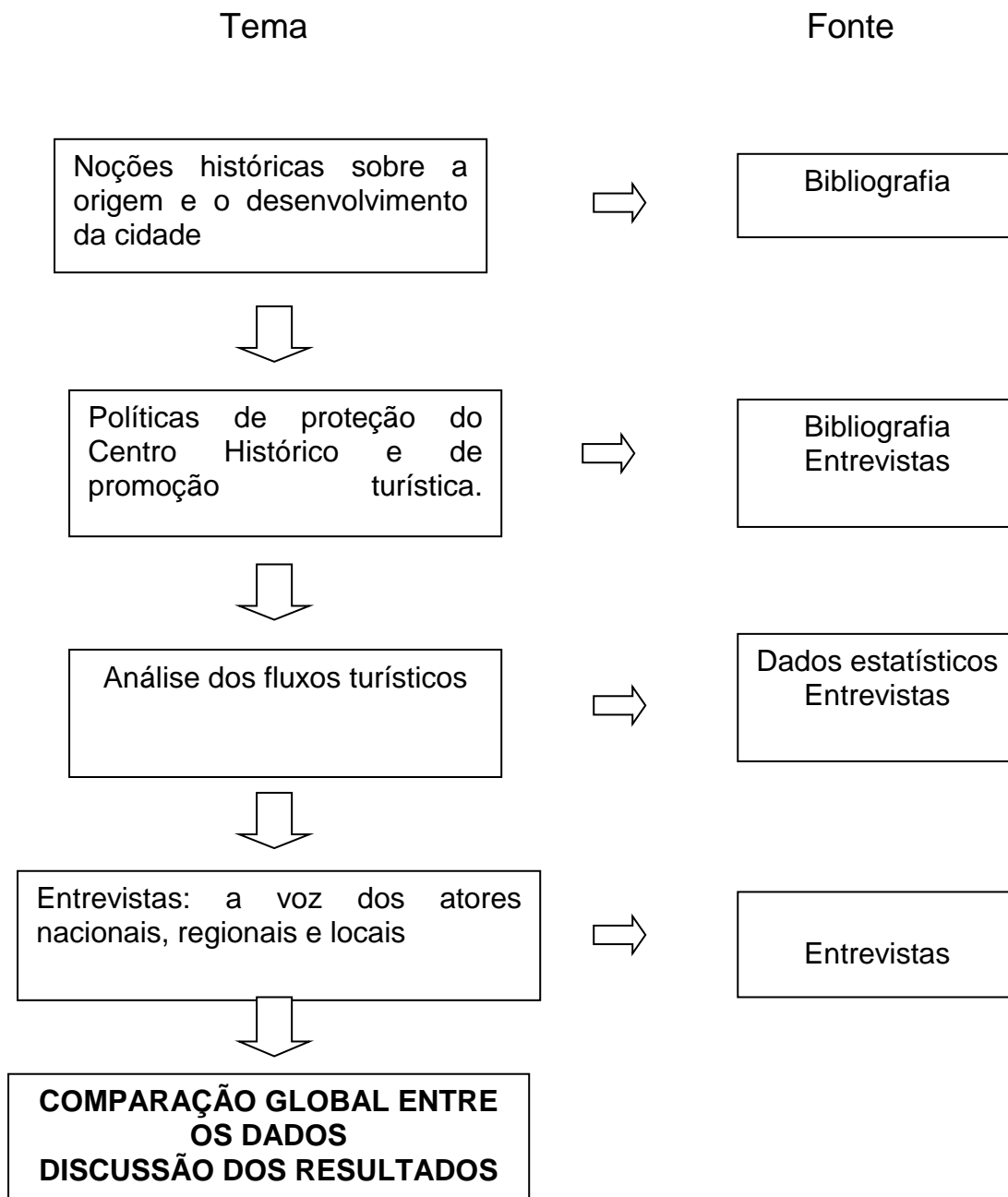
<sup>217</sup> O autor agradece à Dra. Elena Lapadula (Confcommercio Siena), ao Sr. Gaetano Labellarte (Associazione Comercianti Centro Storico di Viterbo “Facciamo Centro”), à Dra. Mariana Candeias (Associação Comercial do Distrito de Évora) e, por fim, ao sr. José Gonçalves Venceslau (Associação Comercial e Empresarial de Santarém), pelo atendimento e disponibilidade evidenciados.

Local	Vereador do centro histórico da Câmara Municipal de Siena	<ul style="list-style-type: none"> <li>• atividade turística no centro histórico</li> <li>• relevância da classificação da UNESCO</li> <li>• relação inscrição na WTL e aumento dos fluxos turísticos</li> </ul>	3QMsi
	Vereador do centro Histórico da Câmara Municipal de Évora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• políticas de planeamento</li> <li>• colaboração com associações e Entidades</li> </ul>	3QMev
	Vereador do centro Histórico da Câmara Municipal de Viterbo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• condições gerais do centro histórico</li> <li>• evolução dos fluxos turísticos</li> <li>• envolvimento das associações nas políticas de promoção do centro histórico</li> </ul>	3QMvt
	Vereador do centro Histórico da Câmara Municipal de Santarém	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas de planeamento do centro histórico</li> <li>• O “Efeito Unesco” no turismo e possível inclusão no WHL</li> </ul>	3QMst
Local	Responsável Sector do Turismo di Confcommercio de Siena (Associação de Comércio)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importância do turismo no trabalho da associação</li> <li>• Atividade realizadas no centro histórico</li> <li>• Relação inscrição na WHL e aumento do turismo</li> </ul>	4QCsi
	Secretária Geral da Associação Comercial do Distrito de Évora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principais dificuldades do comércio no centro histórico</li> <li>• Efeito <i>crowding-out</i></li> </ul>	4QCev
	Presidente da Associação dos Comerciantes do centro histórico “Facciamo Centro” de Viterbo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importância do turismo no trabalho da associação</li> <li>• Atividade realizadas no centro histórico</li> <li>• Principais dificuldades do comércio no centro histórico</li> </ul>	4QCvt
	Tesoureiro da Associação Comercial e Empresarial de Santarém	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efeito <i>crowding-out</i></li> <li>• A possível inscrição na WHL, para a melhoria das atividades comerciais</li> </ul>	4QCst

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 27- Esquema de síntese das entrevistas.

A seguir estão relatadas as fichas dos casos estudados, de acordo com o seguinte esquema metodológico (Fig. 29):



Fonte: Elaboração própria.

Fig. 29 - Esquema metodológico dos casos de estudo.

Para cada cidade que constitui caso de estudo, indicam-se a seguir as mais importantes evidências histórico-artísticas e recursos de turismo cultural incluídos no centro histórico<sup>218</sup>.

A análise inclui, também, uma discussão sobre os dados recolhidos (dados sobre os fluxos turísticos e entrevistas), a fim de traçar um quadro-síntese sobre a situação do turismo na cidade, em geral, e, em particular, no centro histórico.

Com base nos dados recolhidos, em conclusão, foi elaborada um quadro onde são mostrados os pontos fortes e fracos do turismo da cidade.

A última fase pretende a comparação entre os dados sobre os fluxos turísticos já recolhidos anteriormente, com uma discussão final dos resultados.

Os mapas utilizados foram fornecidos pelos Gabinetes Técnicos de cada um dos municípios envolvidos.

---

<sup>218</sup> Siena: <http://www.comune.siena.it> , Viterbo: [www.comune.viterbo.it](http://www.comune.viterbo.it); Évora: <http://www.cm-evora.pt/>; Santarém: <http://www.cm-santarem.pt/> (último acesso 20.05.2015).

### VI.1.1 SIENA

	<p>«Desço ao Campo, uma praça inclinada e curva como uma concha, que os construtores não quiseram alisar e que assim ficou, para que fosse uma obra-prima. Coloco-me no meio dela como num regaço e olho os velhos prédios de Siena, casas antiquíssimas onde gostaria de poder viver um dia, onde tivesse uma janela que me pertencesse, voltada para os telhados cor de barro, para as portadas verdes das janelas, a tentar decifrar donde vem este segredo que Siena murmura e que eu vou continuar a ouvir, mesmo que o não entenda, até ao fim da vida»</p> <p>José Saramago<sup>219</sup></p>	
---	--	---

### VI.1.2 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade

O território onde surgiu Siena é uma área de colina entre os vales dos rios Arbia e Elsa. A cidade foi fundada pelos romanos na era de Augusto, com o nome de *Saena Julia*, num território que certamente já tinha sido habitado pelos etruscos; prova disso mesmo são os inúmeros achados arqueológicos daquela época no centro da cidade. Cristofani (1979) argumentou que o topónimo de Siena pode derivar do nobre nome *Saina* ou *Seina*, que é encontrado em várias epígrafes em Moltacino, Perugia e Chiusi. O primeiro documento histórico que certifica a existência da cidade é uma citação de Plínio il Vecchio (23-79 d.C.), na sua *Naturalis Historia* (III, 5, 52), onde se lê que *Senienis* era um centro de origem etrusca.

Durante todo o período romano, a cidade não teve muita importância, sendo poucas e esporádicas as notícias que remontam a esse período. A mesma falta de informação também é encontrada no subsequente período medieval, onde, exceto algumas notícias sobre a criação da diocese e uma disputa entre o bispo da cidade com o bispo de Arezzo

<sup>219</sup> Saramago J. (2006) *Manual de pintura e caligrafia*, Caminho, Lisboa p. 101.



por questões relacionadas com as fronteiras da diocese, não se registam acontecimentos de relevo.

Este facto demonstra a marginalização do centro, que durou todo o período da dominação Longobarda (568-774) e, logo após, a dos Francos, que durou até o décimo século. (Orlandini, 2011). Por volta do séc. X, a situação começou a mudar. A principal via de ligação entre a Itália setentrional e central (e Roma), deslocou-se desde as antigas estradas ao longo do vale do Tibre e ao longo da costa (a Via Aurélia) em direção à rota antiga mais segura da Via Cassia que, desde então, assumiu o nome de Via Francigena<sup>220</sup>.

A partir de então, a cidade de Siena encontrou-se no meio de um cruzamento de estradas de grande importância comercial: a Via Francigena, ao longo do sentido Norte-Sul, e as estradas de ligação entre o litoral (Maremma) e a Umbria, na direção Leste-Oeste. Assim, por volta do ano 1000, o antigo centro fortificado (a *civita vetus*), situado sobre a colina Castelvechio, juntamente com o posterior complexo episcopal e o hospital de Santa Maria, foram ligados à Via Francigena, por meio de uma estrada sinuosa (a *via di Città*), ao longo da qual se estendia a primeira cintura de muralhas, ainda visível na textura das paredes dos edifícios.

Posteriormente, por toda a extensão destes eixos de estradas, começaram a surgir pequenos núcleos fortificados, povoações isoladas e complexos religiosos, tanto que, com o forte crescimento demográfico e formação das primeiras instituições municipais (primeira metade do séc. XII), Siena alargou a sua influência ao território circundante, subjugando ao seu poder os senhores feudais e a população agrícola. Conseguiu, deste modo, reunir o controlo do condado, tornando assim possível nos primeiros anos de duzentos a formação de um conjunto urbano. Neste período, as intervenções urbanas focaram-se, principalmente, na área central: estradas principais, as muralhas, os serviços. A ação mais interessante foi, seguramente, aquela que diz respeito à Via Francigena, que progressivamente acabou por ser englobada no núcleo urbano, na direção de Florença (para norte) e na direção de Roma (para sul). O troço de estrada foi, então, redesenhado em dois semicírculos (Via Banchi di Sopra e Via Banchi di Sotto), confluentes na Via di Città, de tal modo que, em caso de ataque com uma única paliçada de madeira ou uma

---

<sup>220</sup> A Via Francigena ou Romea era um sistema de atravessamentos que, na Idade Média, conduzia os peregrinos da Europa Central para Roma. O caminho até Roma e aquele para Santiago de Compostela e para a Terra Santa, constituíam as *peregrinationes maiores*. O relatório de viagem mais antigo remonta ao ano 990, quando *Sigerico*, Bispo de Canterbury, de regresso de Roma depois ter recebido o *Pallio*, anotou num diário as várias etapas feitas na viagem (Stoppani, 1998). Desde 1994, a Via Francigena, tal como o Caminho de Santiago, foi declarado «Itinerário Cultural do Conselho da Europa».

corrente, podia-se defender a cidade velha. O encontro destas três estradas (a Croce del Travaglio) representou o centro funcional e simbólico da Siena medieval (Tab. I a).

Aumentaram gradualmente as intervenções de retificação e ampliação de estradas, com o propósito de melhorar as condições higiénicas e a circulação urbana, como está implícito nos estatutos municipais do séc. XIII.

Entre as obras significativas deste período, merecem ser assinaladas a criação das Ordens mendicantes, a Piazza del Campo e as muralhas citadinas. A inserção das Ordens mendicantes marcou fortemente a posterior evolução do tecido urbano. A construção do Convento dos Franciscanos, no ano de 1228, sobre a colina de Castellaccia dell'Ovile (fora da cidade), do Convento de São Domenico, sobre a colina de Camporegio, no ano de 1255 e, por fim, do Convento de Santo Agostinho, em 1258, demonstra a determinação de obter uma coordenação espacial entre estas três ordens religiosas e o espaço urbano.

De facto, estes três complexos, colocados sobre o lugar alto e, como tal, visíveis em toda a cidade, representam os vértices de um triângulo ideal, que tem como baricentro a própria Croce del Travaglio, o centro da cidade, onde estava sediada a Loggia dei Mercanti, monumento simbólico da unidade política cidadina. Este foi o período de maior esplendor da República Sienense, representando o maior centro político gibelino em Itália, causa de grandes conflitos com a guelfa Florença.

A construção dos sucessivos polos religiosos (Servitas e Carmelitas) não modificou aquilo que se pode definir como um eficaz exemplo de centralidade urbana. A Piazza del Campo constitui a mais original composição urbana, onde a integração entre a arquitetura cenográfica do Palazzo Pubblico e o espaço da praça atinge uma elevadíssima qualidade figurativa (Tab. I a ).

A grande bacia, construída nos finais do século XIII, ocupa o vale inclinado entre o Palazzo Pubblico (construído entre o XIII e o XIV século sobre o precedente edifício da Alfandega do sal), numa posição excêntrica, em relação ao grande eixo de penetração citadino Via di Città – Via Banchi di Sotto, através de uma série de expropriações e demolições (Guidoni, 1988).

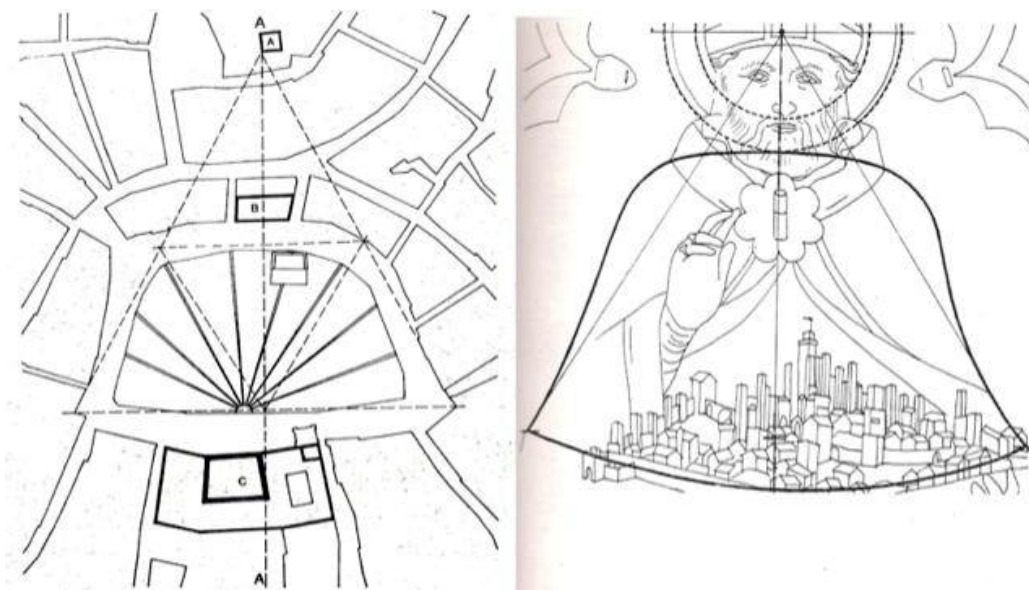
A praça devia estar completamente definida na sua forma curvilínea em 1297.

A partir da promulgação de uma norma precisa do *Estatuto* da cidade, estabeleceu-se que as construções na mesma praça não deveriam superar o limite estabelecido e só poderiam ser abertas janelas «a colonnelli», ou seja, apenas bífores, trífores ou polífores,

sem varandas. A Piazza del Campo foi enriquecida, ao longo do tempo, com elementos artísticos: a Torre del Mangia (1325), a Fonte Gaia (1343), a saída de água do aqueduto comunal, refeita por Jacopo della Quercia (1419), a Cappella di Piazza (1352), edifício votivo construído após a terrível peste de 1348 e a pavimentação com desenho radial de nove raios, que recorda o Governo dos Nove (Fig. 29).

Este espaço urbano tinha dimensões capazes de acolher todos os cidadãos (os dois eixos principais mediam 150 m e 100 m cada), segundo um projeto unitário que Guidoni (1988)<sup>221</sup> conseguiu mostrar. Na verdade, o próprio demonstra que esta composição rege-se sobre um preciso esquema geométrico e simbólico. O primeiro faz referência a um eixo de simetria que parte ao lado da Torre dei Balati, atravessando a parte central do Palazzo Pubblico. O segundo, por sua vez, representa um espaço em forma de leque, lembrando um manto, em particular, o da Virgem, que protege a cidade dos perigos.

Guidoni, quando menciona a imagem de S. Gimignano, do pintor Taddeo da Bartolo (1362-1422), pintada em 1401 e conservada atualmente na Pinacoteca de S. Gimignano, reconhece a forma do manto e os contornos da Piazza del Campo, que encerra a imagem da cidade sob a sua proteção (Fig. 30).



Fonte, Guidoni, 1988 p. 155.

Fig. 30 - A forma da Piazza del Campo. À esquerda, a composição dos eixos de simetria A-A da Piazza del Campo: A Torre Ballati, B Palazzo dei Mercanti, C Palazzo Pubblico. À direita, o campo como um manto: S. Gimignano protege a cidade, pintura de Taddeo da Bartolo.

<sup>221</sup> Para um maior aprofundamento, aconselha-se a leitura do capítulo *L'allegoria e l'assialità* p. 235-254.

A imagem desta praça foi retratada na época medieval e é possível admirá-la no fresco da *Allegoria del Buon Governo* (1338-1340) de Ambrogio Lorenzetti (1290-1348) (Fig. 31).

Trata-se de um panorama da cidade visualizado a partir do Palácio, onde no alto, à esquerda, se observa a cúpula e o campanil do Duomo e tantos outros edifícios citadinos atualmente existentes.

Isto demonstra que a praça, desde então, é considerada o coração pulsante da cidade, confirmando-se, ainda, que durante todo este interregno temporal a cidade sofreu pouquíssimas transformações.



Fonte: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) (último acesso 7.05.2015).

Fig. 31 Ambrogio Lorenzetti (1290-1348) a *Allegoria del Buon Governo*. Palazzo Pubblico.

O outro aspeto diz respeito às muralhas da cidade, que hoje marcam o centro histórico.

Ao contrário de outras cidades italianas, Siena teve sempre novas cinturas muralhadas que delimitavam superfícies cada vez maiores, sem incorporar estruturas anteriores.

A razão é, sobretudo, de ordem orográfica; a cidade estende-se por uma área de colinas, expandindo-se no decorrer dos tempos ao longo das diretrizes de tráfego.

A primeira cintura circundava apenas o núcleo original, aquele situado aproximadamente na zona atual do Duomo (Tab. I a). A cintura posterior, datada por volta do XII século, englobou a zona da atual Piazza del Campo e do Mercado e, inclusivamente, compreendia o troço da Via Francigena e a Porta Camollia. A terceira ampliação, iniciada em 1180, abrangia a parte este da cidade, a área na proximidade com a atual Piazza S. Francesco e a Porta Ovale. No séc. XIV, começou a construção da quarta expansão na zona de S. Martino.

A quinta ampliação, realizada a partir de 1290, coincide com o período de máximo esplendor da cidade e integrou a parte sul, com a construção da Porta Romana, Porta Tufi, Porta San Marco e Porta Laterina (Tab. I a). Após a epidemia da peste negra (1348)<sup>222</sup>, a cidade despovoou-se e, durante o séc. XV, foi incluído, dentro da cinta muralhada, apenas o convento de San Francesco, até então externo à cidade.

Com a conquista da cidade pelos Florentinos e consequente perda da autonomia, as muralhas deixaram de ser necessárias e, como tal, nunca foram potenciadas ou intervencionadas *alla moderna* (cinta de bastiões).

O inimigo não se encontrava mais no exterior, mas passou a residir no interior. De facto, é por esta razão que foi construído o Forte de Santa Barbara (1560), com a finalidade de aumentar o controlo sobre a cidade e impedir revoltas (Pellegrini, 2012).

Pode-se, então, afirmar que, a partir deste momento, o centro histórico da cidade estabilizou, ocorrendo pouquíssimas alterações até aos nossos dias.

### **VI.1.3 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística. a inscrição na WHL**

O primeiro instrumento urbanístico de relevância que previa intervenções urbanas dentro da cintura muralhada da cidade foi o Plano Petrucci Bargagli, que data de 1933, posterior à aprovação de uma lei especial para Siena, requerida por Mussolini em 1928.

Tal Plano que, pelas suas características, é considerado como um *Piano Particolareggiato* (corresponde ao Plano de pormenor), previa uma série de intervenções específicas para a criação de melhores condições urbanas, com o melhoramento da circulação interna através de pequenas demolições e a reabilitação urbana do bairro de *Salicotto* (compreendido entre Piazza del Campo e Porta Romana). Ele permitiu, ainda, a realização de novos bairros de expansão em torno da cidade, principalmente ao longo da Via Cassia em direção a Roma.

Porém, seja pelas difíceis condições económicas, seja pelo despoletar do último conflito mundial, as indicações deste Plano foram realizadas apenas parcialmente e só após o final da guerra, como, por exemplo, as obras de requalificação do bairro de Salicotto.

---

<sup>222</sup> O período de máximo esplendor da cidade durou até à epidemia da peste negra de 1348. Naquela época, a cidade prosperou, seja por motivos comerciais, seja por motivos financeiros (atualmente, está em funcionamento o banco mais antigo do mundo, a Monte dei Paschi fundada em 1472). Durante este período, a cidade foi um centro artístico de primeira ordem; escultores como Nicola e Giovanni Pisano, ou pintores como Simone Martino e Ambrogio Lorenzetti, tiveram um papel importantíssimo na história da arte mundial.

O primeiro *Piano Regolatore Generale* (Plano Diretor Municipal) da cidade foi preparado em 1956, ao abrigo da Lei Urbanística n. 1150/1942, por Luigi Piccinato, Piero Bottoni e Aldo Lucchini. Este instrumento, apesar das teorias urbanísticas imperadas naquele período histórico, foi considerado um plano inovador dentro do seu género.

Naquela época, o urbanismo italiano era caracterizado pela produção de Planos Urbanos apelidados de “primeira geração”, ou seja, eram mais orientados para a programação da forte atividade de construção que acompanhava o processo de expansão da cidade, do que para o respeito pelos testemunhos do passado<sup>223</sup> (Campos Venuti, 1987). Neste sentido, o referido plano, em conformidade com a cultura urbanística do seu tempo, presumia demolições e ações de dispersão de construções, juntamente com a deslocação de uma boa parte da população para as novas áreas de expansão, a realizar fora da cidade muralhada.

No entanto, a visão arguta de Luigi Piccinato, estudioso sensível às reminiscências do passado e conhecedor do grande valor cultural do centro citadino, permitiu a vinculação das áreas de vale envolventes à cidade, impedindo, assim, qualquer atividade de construção e, por isso mesmo, ainda que indiretamente, conseguiu salvar o centro histórico da demolição. O Plano Urbano posterior foi concebido por Bernardo Secchi, em 1996, no qual estavam previstas algumas intervenções no centro histórico - apenas atividades de construção ligadas ao restauro e a reabilitação do edificado, mantendo-se na íntegra as tipologias originais do edificado (Maggi, 2011).

Entretanto, a Região de Toscana promulgou duas leis de interesse urbano: a Lei Regional nº. 5/1995 e a Lei Regional nº. 1/2005<sup>224</sup>, que regulamentam a nova atividade do planeamento urbano. Estas leis apresentam um planeamento dividido em duas fases: a) um programa alargado a todo o território municipal, que restitui uma visão total do uso do solo; b) a realização e a gestão das diretrizes previstas pelo plano precedente, por meio da elaboração do *Regolamenti Urbanistici*, com a duração de 5 anos.

A cidade providenciou, em 2007, a aprovação do *Piano Strutturale*, alargado ao território municipal, e, em 2011, a promulgação do *Regolamento Urbanistico*<sup>225</sup>. O enorme património monumental, incluído num espaço de limitada extensão, incentivou a administração municipal, desde os primeiros anos de noventa, a disponibilizar a inscrição do centro histórico na WHL.

---

<sup>223</sup> Campos Venuti distingue três gerações diversas de Piani Urbanistici: I geração, entre o fim dos anos 40 e o início dos anos 60; II geração, entre os anos 60 e 70; III geração, dos anos 70 até à atualidade.

<sup>224</sup> Com a formação das Regiões, estes podem aprovar Leis Regionais que não sejam em contraste com as Leis Nacionais.

<sup>225</sup> [www.comune.siena.it](http://www.comune.siena.it) (último acesso 7.05.2015).



As razões estavam principalmente ligadas com a oferta de uma maior visibilidade internacional à cidade, e por esse motivo, desde então reforçaram-se as políticas urbanas dirigidas à melhoria turística da cidade, como sucede com a construção dos diferentes parques de estacionamento em redor do centro urbano (de forma estelar), conectando os meios de transporte público com o centro, em boa parte reconvertido para trânsito pedonal ou com o tráfego limitado.

A entrada do centro histórico de Siena na WHL<sup>226</sup>, em 1995, foi conseguido com base na presença de três requisitos de excelência que correspondem aos critérios estabelecidos pela Convenção. Concretizando, foram reconhecidos a Siena três dos sete critérios culturais, os critérios (1), (2), (4):

- (1) representar uma obra-prima do génio criador humano;
- (2) mostrar um importante intercâmbio de valores humanos, inserido num longo período temporal ou numa área cultural do mundo, sobre a evolução da arquitetura, da tecnologia, das artes monumentais, do urbanismo ou do projeto paisagístico;
- (4) ser um extraordinário exemplo de um tipo de construção, conjunto arquitetónico ou tecnológico ou de paisagem, que ilustre uma ou mais etapas significativas na história humana.

Assim, pode-se ler no respetivo relatório final: «Siena representa um dos arquétipos da cidade medieval. Transpondo sobre o plano arquitetónico a rivalidade com Florença, os seus habitantes têm procurado, ao longo dos anos, uma visão gótica e têm sabido preservar, na sua cidade, o aspeto adquirido entre o século XII e XV.

Naquela época, Duccio, os irmãos Lorenzetti e Simone Martini traçaram os caminhos da arte italiana e, de um modo mais amplo, da arte europeia.

A cidade inteira, projetada sobre a obra-prima do espaço urbano que é a Piazza Del Campo, é concebida como uma obra de arte perfeitamente integrada na paisagem circundante»<sup>227</sup>.

Desde então, o departamento técnico da autarquia municipal<sup>228</sup>, no âmbito do centro histórico, tem também competências no que diz respeito às relações com a UNESCO

---

<sup>226</sup> <http://whc.unesco.org/en/list/717> (último acesso 7.05.2015).

<sup>227</sup> Relatório final na inscrição do centro histórico de Siena na WHL.  
<http://whc.unesco.org/en/list/717> (último acesso 21.05.2015).

<sup>228</sup> Este gabinete já existia, mas com funções mais técnicas. Na verdade, geriu as atividades de construção relacionadas com a Lei especial sobre a reconstrução do centro histórico (Lei n. 3/1963, e aditamentos posteriores). Mais tarde, o Gabinete assumiu outras funções, com a entrada para a lista da UNESCO. (Cf. Respostas n.º 5 e 6 Entrevista 3QMsi).

(relatórios das atividades desempenhadas, Plano de Gestão) e, portanto, de realização e coordenação das atividades de promoção e de valorização do centro da cidade, como o desenho de novos itinerários turísticos destinados a oferecer uma melhor alternativa ao usufruto do enorme património existente, descomprimindo os itinerários mais conhecidos. De facto, atualmente o instrumento de planeamento do centro histórico é o Plano de Gestão criado ao abrigo da Lei 77/2006<sup>229</sup>.

As estratégias identificadas no Plano incluem os seguintes pontos:

- Plano de Ação para a proteção, preservação e valorização do património;
- Plano de Ação para a segurança urbana;
- Plano de Ação para a investigação e o conhecimento;
- Plano de Ação para o desenvolvimento cultural (turismo);
- Plano de Ação de mobilidade;

Alem disso, o Plano de Gestão inclui medidas para o efeito, que tendem para:

- Gestão de visitantes (reforço da informação, rotas turísticas, visitas guiadas, calendário diferenciado pelos acontecimentos);
- Sinalização melhorada;
- Gestão racional dos eventos que ocorrem na cidade (música, cinema, poesia, etc.)
- Melhoria da rede do transporte (aumento da mobilidade suave, parques de estacionamento, etc.);
- Manutenção dos monumentos históricos;
- Aperfeiçoamento das áreas verdes (os vales) que ficam no interior do centro histórico;
- Limitar a proliferação das cadeias comerciais.

Como é facilmente visto, o turismo é um item relevante. Nesta perspetiva, incentivam-se itinerários alternativos pelo *Parco Urbano delle Mura Urbane*<sup>230</sup>, itinerários específicos destinados a determinados grupos de turistas, como crianças ou, ainda, percursos de tipo temático, como o itinerário religioso de Via Francigena.

As atividades de valorização turística implicam, também, uma coordenação através do ICOMOS, juntamente com os outros centros UNESCO da Província (gerida pelo

---

<sup>229</sup> Esta Lei prevê a assistência financeira em apoio as actividades de valorização, comunicação e de fruição dos sítios nacionais da UNESCO. Cf. Respostas nº 8 e 9 Questinário 3QMsi.

<sup>230</sup> Há que ter em conta que o *trekking urbano* foi inventado em Siena. Cfr. Resposta nº 10 Entrevista 3QMsi.



departamento de Siena): centro histórico de San Gimignano (1990), Pienza (1996) e Val d'Orcia (2004)<sup>231</sup>. O próximo passo prevê uma logística a nível regional.

Em síntese, pode-se afirmar que as políticas para promover o turismo estão focadas, principalmente, em dois objetivos: a diluição, ao longo do ano, da afluência de turistas, que se concentra preferencialmente em determinados períodos, talvez mesmo através da organização de eventos para cada época do ano; e a melhoria do usufruto turístico do património cultural, tentando aumentar o tempo de permanência, com a implementação de uma oferta turística integrada com o resto do território circundante<sup>232</sup>.

O Palio é definitivamente o acontecimento de maior atração turística. É um evento que tem origem medieval e ocorre duas vezes por ano: 02 de julho e 16 de agosto.

De seguida, há uma série de eventos organizados durante o ano, entre os quais os mais importantes são: Siena em Música, Siena Festival (música, teatro, cinema, fotografia), a cidade aromática (música, dança).

As principais atrações turísticas da cidade serão elencadas no Quadro 28 a seguir.

NOME	DESCRIÇÃO
Palazzo Pubblico Museu Cívico	Construído na época medieval, é o símbolo da riqueza e da opulência da cidade. Recolhe no seu interior obras prestigiadas, como as obras de Duccio da Buoninsegna, Simone Martini, Ambrogio Lorenzetti. Este último, na obra <i>Allegoria del Cattivo e Buon Governo</i> , representou uma mulher vestida de branco, estendida sobre uma armadura, imagem escolhida pela UNESCO como símbolo de paz.
Complexo de Museus de S. Maria della Scala	Trata-se de um dos mais antigos hospitais do mundo. De facto, foi instituído no ano 898 d.C., dando principalmente assistência aos muitos peregrinos que viajavam ao longo da Via Francigena. Atualmente, é um museu rico de preciosas decorações.
O Duomo e a Praça	Construído a partir do séc. XIII e restaurado recentemente. A adjacente biblioteca Piccolomini recolhe obras de grandes artistas: Nicola Pisano, Donatello, Michelangelo e Bernini.
Torre del Mangia	Concluída em 1348, a torre tem a altura de 87 m e é considerada um pouco como o símbolo da cidade.
Igreja de S. Agostino	Construída na época medieval, a igreja sofreu inúmeros restauros ao longo dos séculos.
Logge del Papa	Edificadas pelo Papa Pio II em 1462, como uma doação para a sua família.
Loggia dei Mercanti	Surge na <i>croce del Travaglio</i> , com vista para a Via Francigena, edificada a partir de 1417. Em 1764, passa a ser propriedade dos Signori Uniti del Casino, tornando-a sede do seu Círculo, ainda hoje existente.
Fortezza Medicea	Encontra-se sobre uma antiga cidadela militar, destruída na sua totalidade pelos Senenses após a expulsão dos Espanhóis em 1552. Criada com o objetivo de evitar qualquer tentativa de independência da cidade, Cosimo I Medici senhor de Florença.

<sup>231</sup> Cf. Resposta nº 7 Entrevista 3QMsi.

<sup>232</sup> Cf. Respostas nº 9, 13, 14 Entrevista 3QMsi.

Teatro dei Rinnovati	Situado no interior do Palazzo Pubblico, em 1560 esta sala foi dedicada a espetáculos teatrais, sofreu diversas alterações no decorrer do tempo.
Teatro dei Rozzi	Construído em 1817, é um típico teatro italiano.

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 28 Principais atrações turísticas no centro histórico de Siena.

#### **VI.1.4 Fluxos turísticos**

Analisaram-se, entretanto, os fluxos de turistas nos dois diferentes períodos relativos às chegadas e às dormidas, distinguindo, respetivamente, os turistas estrangeiros dos nacionais.

No primeiro período, considera-se a inclusão do centro histórico na WHL, em 1995, analisando os fluxos turísticos para o período 1991-2000, portanto, para os anos imediatamente precedentes e posteriores à inscrição na Lista. No segundo período, analisa-se o intervalo de 2002-2012. De seguida serão apresentados os gráficos elaborados com o propósito de tornar a leitura dos dados mais fácil e imediata. Os dados individuais encontram-se no Anexo 1 si.

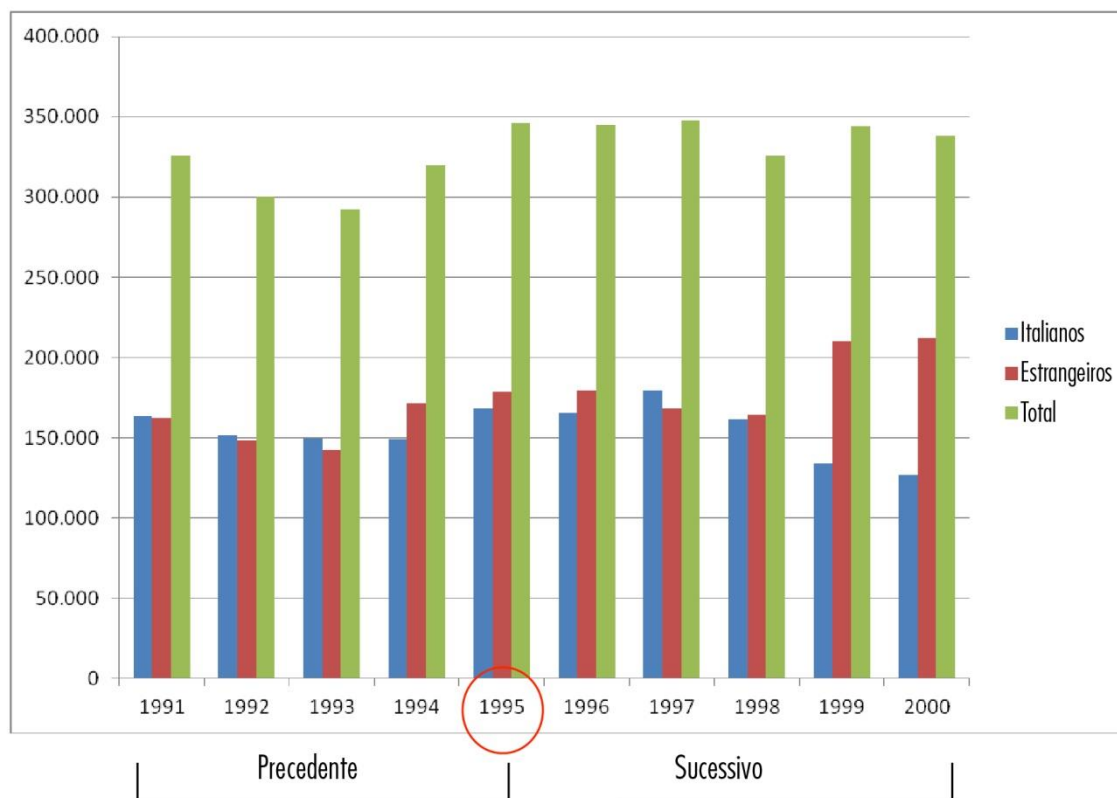


Fig.32 - Chegadas a Siena nos anos 1991-2000 de italianos e estrangeiros (nº).

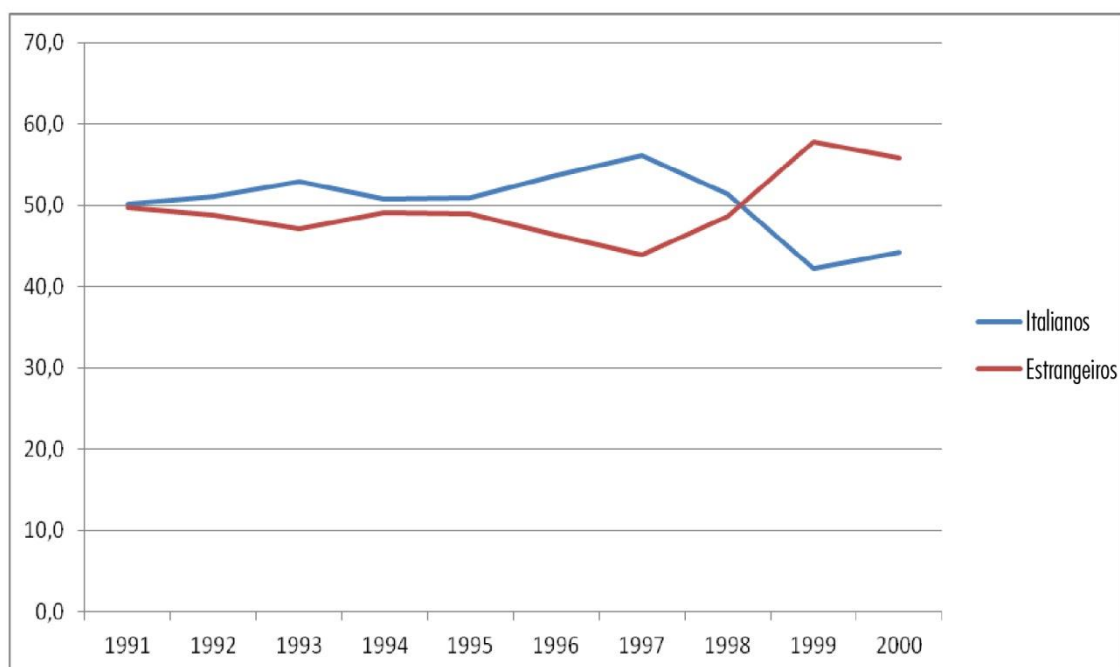


Fig. 33 - Percentagem de chegadas em Siena, nos anos 1991-2000, de italianos e estrangeiros (%).

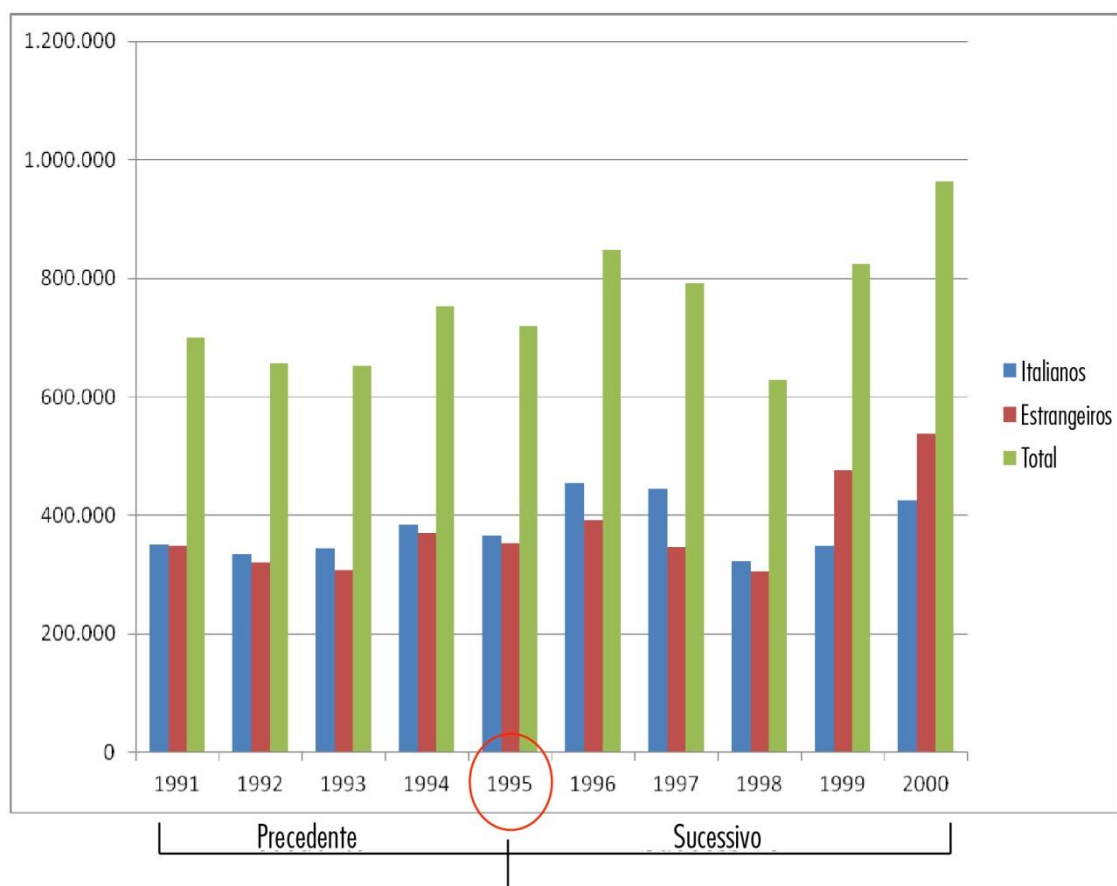


Fig.34 - Dormidas em Siena, nos anos 1991-2000, de italianos e estrangeiros (nº).

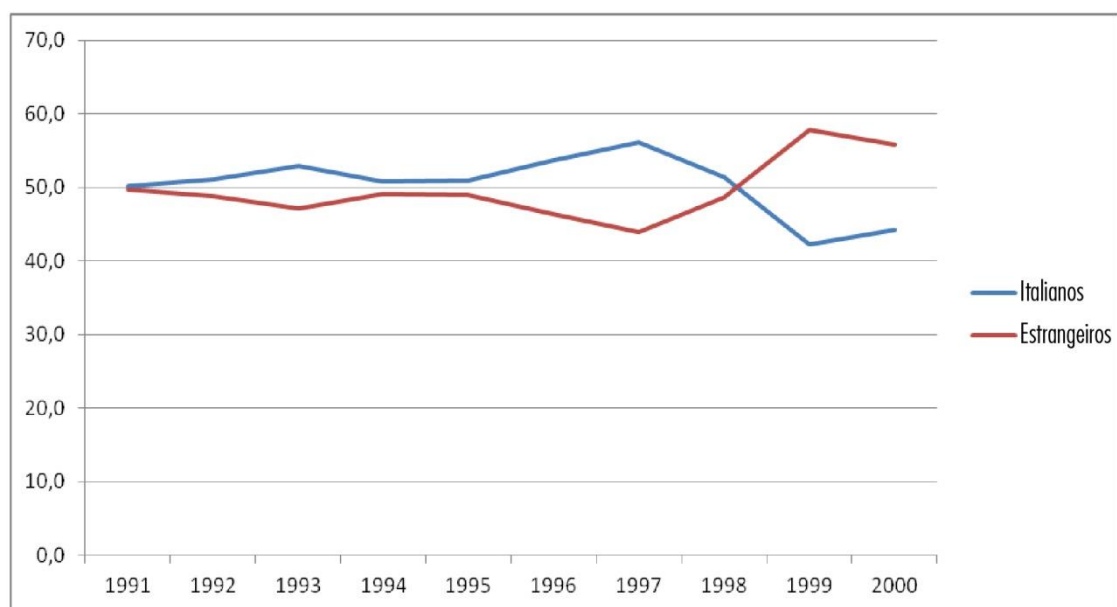


Fig. 35 - Percentagem de dormidas em Siena nos anos 1991-2000, de italianos e estrangeiros (%).

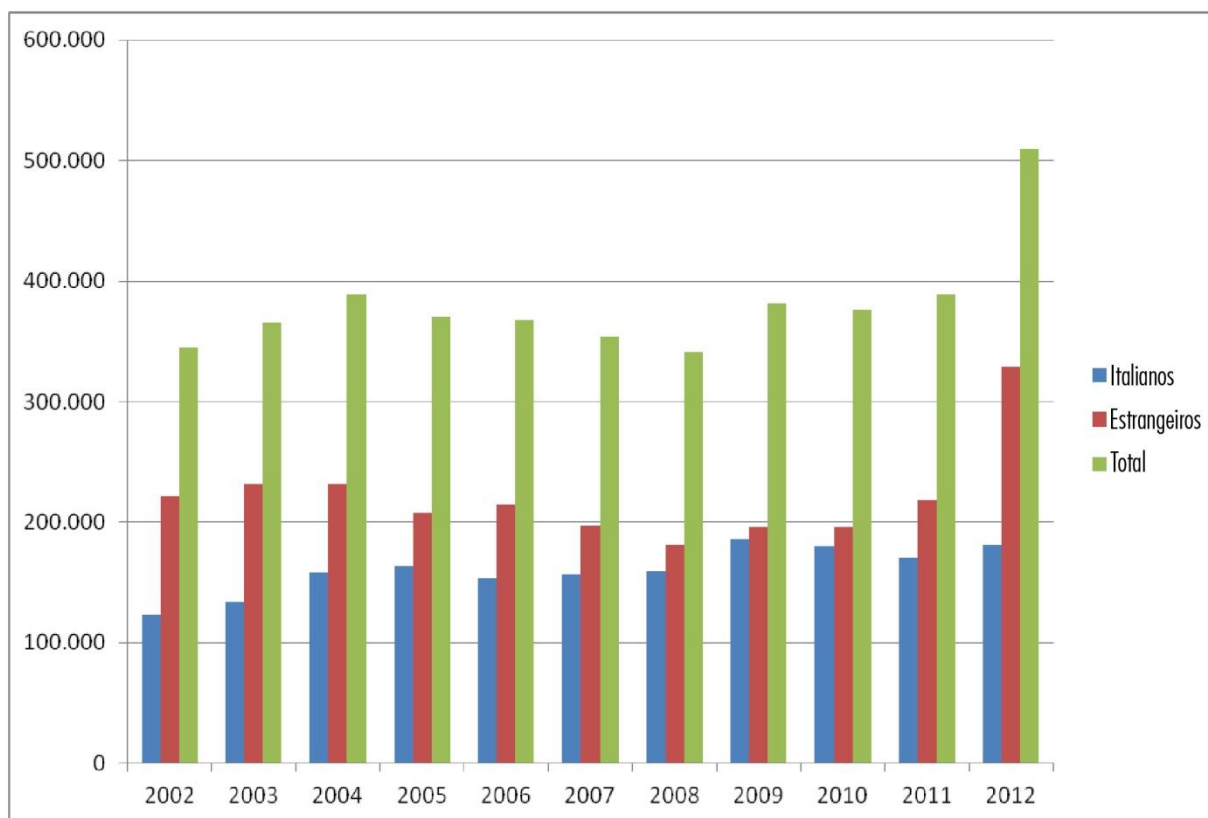


Fig. 36 - Chegadas a Siena, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (n°).

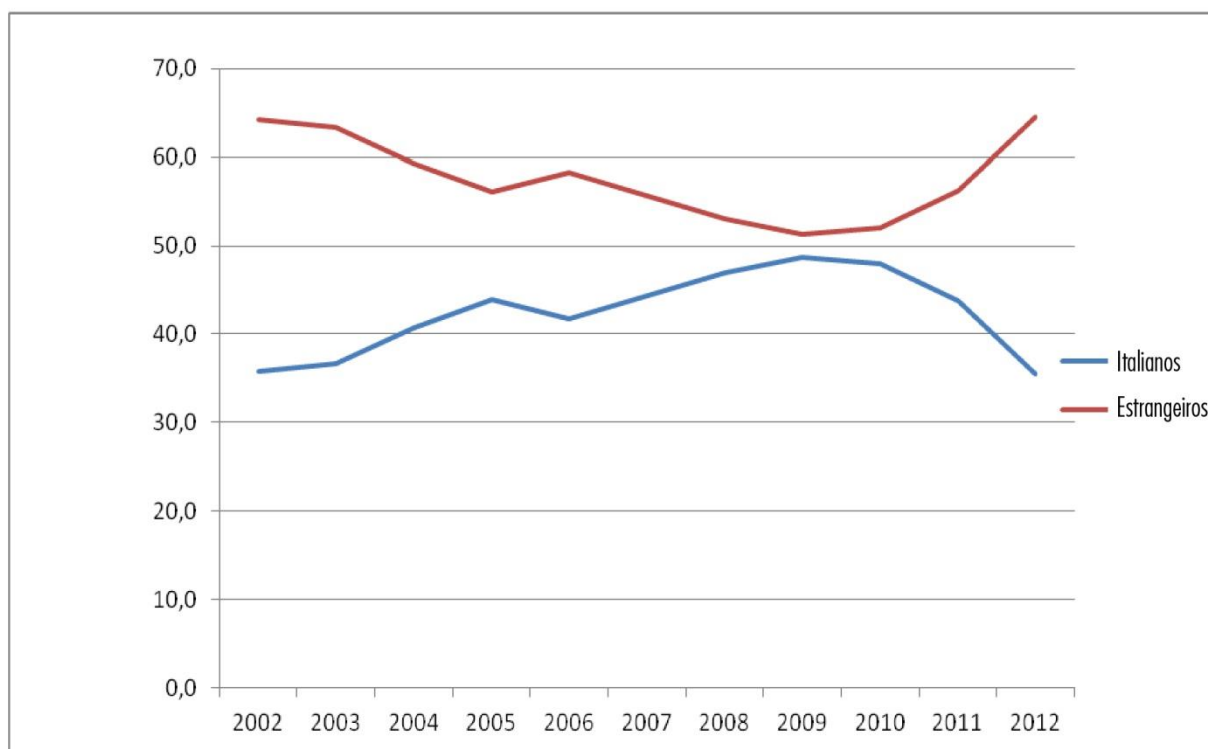


Fig. 37 – Percentagem de chegadas em Siena nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (%).

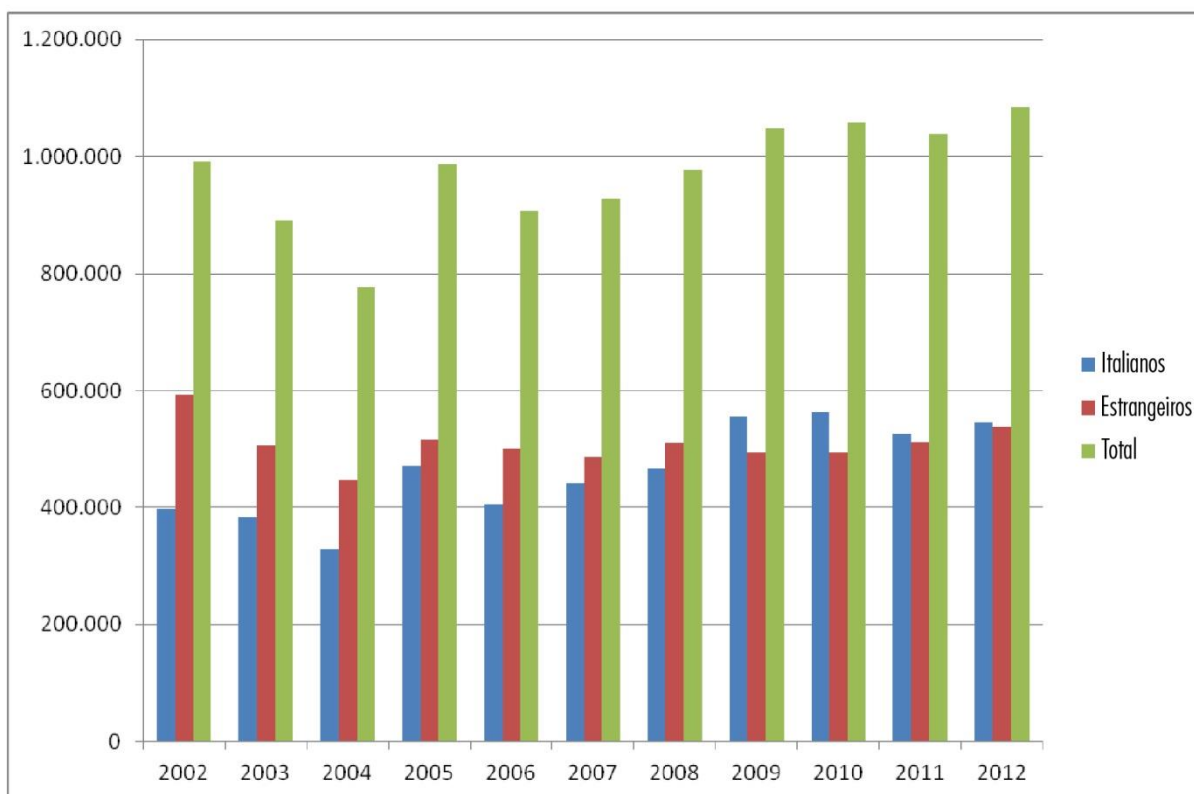


Fig.38 - Dormidas em Siena, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (n°).

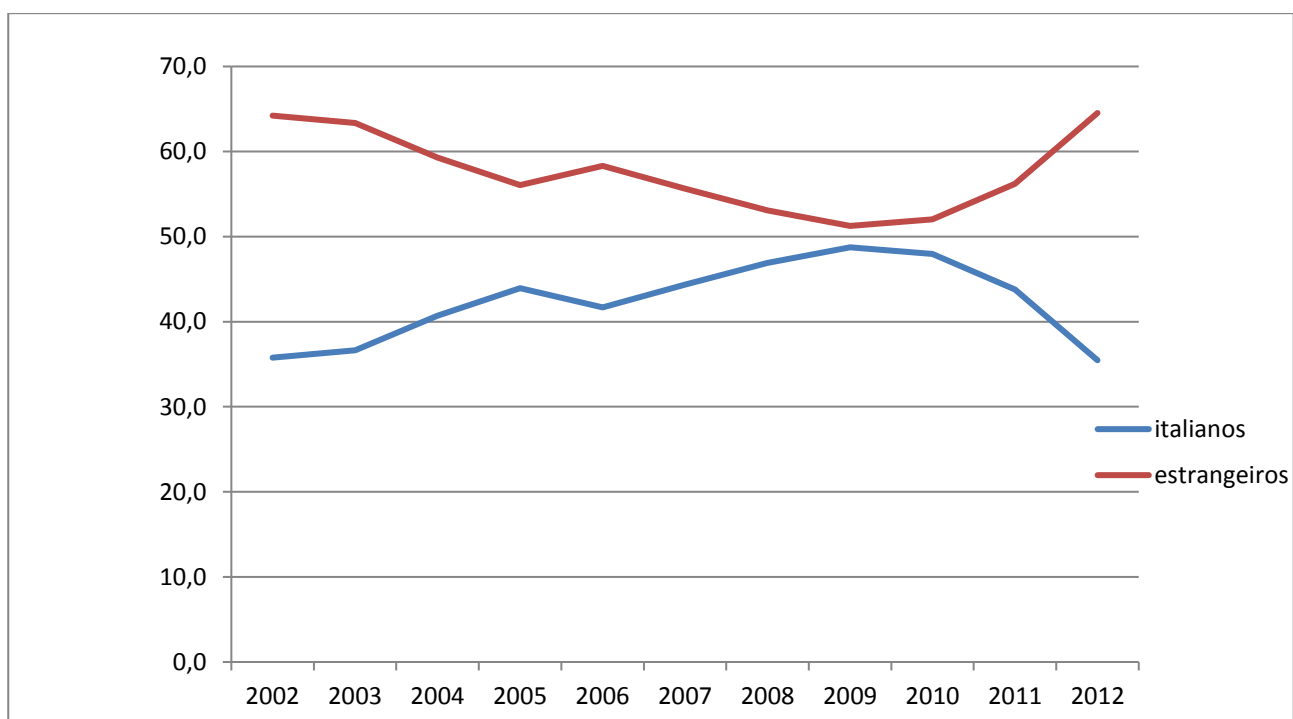


Fig.39 – Percentagem de dormidas em Siena nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (%).

No primeiro período, as chegadas e as dormidas (tanto de italianos como de estrangeiros) tiveram um comportamento flutuante com altos e baixos, com um máximo no ano de 2000 e um mínimo no ano de 1998 (Fig. 32, 33, 34 e 35).

Os anos de 1998-2000 caracterizam-se por uma notória prevalência dos fluxos turísticos estrangeiros em comparação com os italianos. De facto, em termos de chegadas, os primeiros atingiram 61,37% (1999) e 62,45% (2000) do total, ou seja, constituíram a maioria. Em 1997, atingiu-se o máximo de chegadas e, em 1993, o mínimo, enquanto, em termos de dormidas, o máximo foi atingido no ano de 2000 e o mínimo no ano de 1998. A duração média da estada é de 2.3 dias para os italianos e de 1.9 dias para os estrangeiros.

O segundo período abrange os anos entre 2002-2012, como referido. Regista-se uma tendência mais ou menos oscilante dos fluxos, com um pico em 2012 e um mínimo em 2008.

Durante esta década, há uma predominância clara de chegadas de estrangeiros em relação aos nacionais, com um pico em 2006 (64,22%).

Em termos de dormidas, a duração média da permanência é de 2,6 dias para os italianos, enquanto para os estrangeiros é de 2,3, porém nos anos 2009-2012 notou-se uma ligeira prevalência de italianos em relação aos estrangeiros<sup>233</sup>.

Assim, é evidente que o crescimento internacional dos fluxos turísticos está ligado à inscrição do centro histórico de Siena na WHL, como o comprova a comparação entre os dados relacionados com os anos anteriores e posteriores à inscrição (1995).

Os valores começam a ser muito significativos, em particular nos anos 2009-2011 (Fig. 36, 37, 38 e 39), quando as chegadas totais excederam as 370.000 unidades, com dormidas superiores a um milhão. E tendo em conta a extensão limitada do centro histórico (cerca de 170 hectares), os impactos do turismo começam a não ser negligenciáveis.

Com esta tendência crescente, em poucos anos serão atingidos os limites para a capacidade de acomodação turística, onde os efeitos benéficos do turismo são ofuscados pelos negativos e, conseqüentemente, o fluxo de turistas iniciará o seu declínio. Por esta razão, prevê-se a curto prazo a implementação de políticas necessárias para a contenção dos fluxos (cf. parágrafos II.1.6, III.2, III.3).

---

<sup>233</sup> O tempo de permanência é considerado ainda baixo, daí a necessidade de ter que aumentar, a fim de melhorar o impacto económico sobre a cidade. Cf. Resposta nº 5 Entrevista 4QCsi.

De facto, o centro histórico, especialmente nos dias de férias e nos fins de semana, passa por uma "invasão" real de turistas e caminhantes, levando a uma série de problemas, tais como por exemplo limpeza urbana<sup>234</sup>.

De um ponto de vista comercial, o centro histórico de Siena está sofrendo com a perda das atividades empresariais típicas em favor do *franchising* (a partir do fast food que em maioria não são de cozinha italiana tradicional) e pelo afastamento das tradicionais atividades comerciais. Torna-se semelhante, do ponto de vista comercial, aos muitos outros centros históricos europeus ou italianos (perda de identidade comercial)<sup>235</sup>, mas as medidas previstas no Plano de Gestão são projetados, precisamente, para contrariar esta tendência<sup>236</sup>.

Há também outras iniciativas promovidas pelos comerciantes que promovem simultaneamente o espaço do centro como uma vitrine de produtos locais e é a mais antiga vocação comercial do próprio centro.

Nos últimos anos, de fato, foi possível trazer novamente o antigo mercado (de alimentos) na Piazza del Campo: criar um repositório dos produtos de excelência, em geral, de Toscana, e de Siena, em particular (uma vitrine de produtos da Toscana).

Nesta linha é *Wine and Siena*, um evento realizado no centro histórico dedicado ao vinho produzido em alguns marcos famosos de Toscana.<sup>237</sup>

É interessante notar a diferença de opinião dos entrevistados sobre se a inclusão na WHL tem trazido consequências positivas em termos de comércio.

O vereador Maggi acredita que o aumento do turismo trouxe um aumento no volume de negócios<sup>238</sup>, de opinião oposta é Lapadula (Confcommercio). Esta última aponta que, com a inscrição da UNESCO, tem havido um limitado impacto sobre as actividades comerciais, mas, atualmente, tudo isto é "sofrido", não é "participado", portanto cria e impõe restrições sobre as atividades empresariais<sup>239</sup>.

Em síntese, com base nos dados e as informações recolhidas, podemos classificar os pontos fortes e pontos fracos do turismo em Siena no seguinte Quadro 29.

---

<sup>234</sup> Cf. Resposta nº13 Entrevista 3QMsi.

<sup>235</sup> Cf. Resposta nº 5 Entrevista 4QCsi.

<sup>236</sup> Cf. Resposta nº 9 Entrevista 3QMsi.

<sup>237</sup> Cf. Resposta nº4 Entrevista 4QCsi.

<sup>238</sup> Cf. Resposta nº12 Entrevista 3QMsi.

<sup>239</sup> Cf. A Dra. Lapadula refere-se ao conjunto de limitações e proibições para os comerciantes, tais como a obrigação de carga e descarga de mercadorias em determinados intervalos de tempo. Cf. Resposta nº 5 e 6 Entrevista 4QCsi.




PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grande património histórico e monumental de relevo internacional, bem salvaguardado.</li> <li>▪ Centro histórico bem estruturado e bem gerido pelo gabinete municipal preposto.</li> <li>▪ Paisagem envolvente de grande qualidade.</li> <li>▪ Eficazes políticas de acolhimento turístico.</li> <li>▪ Eventos de grande atração turística internacional, exemplo o <i>Palio</i>.</li> <li>▪ Atuação de políticas de descompressão turística nas maiores atrações (ex. trekking urbano)</li> <li>▪ Vizinhança com outros centros UNESCO.</li> <li>▪ Centralidade geográfica, entre Roma e Florença, dois grandes centros turísticos do país.</li> <li>▪ Grande qualidade de produtos enogastronómicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concentração excessiva de fluxos turísticos num determinado período do ano (meses de Verão, durante o <i>Palio</i>).</li> <li>▪ Elevado número de visitantes que não permanecem na cidade.</li> <li>▪ Forte impacto antrópico sobre o ambiente urbano.</li> <li>▪ Tráfego urbano.</li> <li>▪ Estada média de duração limitada, em particular por parte dos estrangeiros.</li> <li>▪ Tendência de centro histórico se tornar um <i>espaço de vitrine</i> para as cadeias comerciais e <i>fast food</i>, muito longe da comida italiana tradicional.</li> <li>▪ Duração média de estada muito limitada.</li> </ul>

Fonte: elaboração própria.

Quadro 29 - Os pontos fortes e os pontos fracos do turismo em Siena.

## VI.1.5 VITERBO

	<p>«Ci trovammo ad attraversare una bella e fertile pianura, dove vedemmo Viterbo, che in parte si trova costruita su un fianco d'una montagna. È una bella città; vi notammo molte belle case, una gran quantità di artigiani, buone strade e amene e in tre posti altrettante fontane bellissime<sup>240</sup>»</p>	
	<p><i>Michel de Montaigne</i><sup>241</sup></p>	

## VI.1.6 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade

A presença humana na área de Viterbo remonta a tempos remotos, como foi testemunhado pela descoberta de alguns achados do período neolítico. Os vestígios datados do período etrusco são, claramente, os mais numerosos (na área atual de Poggio Giudio), confirmando uma presença contínua no território, ainda que nunca tenham sido encontradas provas da existência de um núcleo urbano considerável.

Durante o período romano, os vários dispersos povoados optaram por concentrar-se no «Castrum Herculi», passando a assumir, progressivamente, uma maior importância com a construção da Via Cassia.

Alguns documentos do séc. VIII citam a existência de uma cidade chamada de «Castrum Viterbii», situada no topo da colina onde atualmente surge a Catedral.

Outros documentos do século seguinte relatam a importância da «Civitas Viterbiensis» como lugar estratégico de trânsito em direção a Roma, como sucedeu na ocupação longobarda do Rei Desiderio (756-774)<sup>242</sup>.

<sup>240</sup> Tradução: «Estávamos a atravessar uma bela e fértil planície, onde vemos Viterbo, que em parte está construída sobre a encosta de uma montanha. É uma bela cidade; notamos muitas casas belas, uma grande quantidade de artesãos, boas e agradáveis estradas e em três locais outras tantas fontes bonitas».

<sup>241</sup> Michel de Montaigne, *Journal de voyage en Italie (1580-1581)*. Tradução e notas de Camesasca E. (1956) Rizzoli, Milão.

<sup>242</sup> A ocupação longobarda do Rei Desiderio foi a temática escolhida para uma publicação renascentista a cargo de Annio de Viterbo, com o título *Decretum Desideri*, em que o autor traça uma história fantasiosa

Para os séculos seguintes, as informações são bastante mais escassas e fragmentadas, até ao registo encontrado num documento do ano de 962, que menciona a cidade como parte do Património de São Pedro (Giannini, 2010).

No século XI, ocorreu o primeiro grande período de expansão urbana. Na verdade, a partir do antigo *castrum* (que coincide com a área atual da catedral), a nova expansão dirige-se em direção ao *Borgo de Sonza* (o atual tecido urbano em torno da *Fontana Grande*) e Borgolungo (hoje o bairro de *San Pellegrino*) (Tab. II b).

Assim, o centro urbano assume vagamente a forma de um triângulo, no qual o vértice era ocupado pela catedral e os dois lados eram representados pelos rios *Urcionio* e *Paradosso*, que já não são visíveis nos dias de hoje.

A defesa do núcleo urbano foi assegurada pela construção de torres (algumas ainda presentes no centro histórico) e por um primeiro troço de muralhas urbanas situadas a oriente da cidade, desde a porta de *San Marco* até à *Porta Fiorita* (Tab. II b).

Os cronistas indicam 1095 como o ano do princípio dos trabalhos e 1099 a data de construção da primeira importante porta cidadina, a *Porta di Sonza*<sup>243</sup>, presentemente embutida ao longo do atual *Corso Italia*. A intensa atividade construtora do séc. XII encontrou correspondência na edificação de numerosas igrejas: S. Pellegrino, S. Giovanni, S. Maria al Poggio, S. Maria Nova, S. Sisto e S. Michele Arcangelo, que foram posteriormente elevadas a canónicas; tal demonstra a florescência da comunidade urbana, coincidente com a transferência do Papa Eugénio para Roma (1145-1153).

Também o governo da cidade sofreu alterações, fazendo prosperar principalmente a classe mercantil (Scriattoli, 1988).

Depois da destruição da cidade vizinha de Ferento (1172), Viterbo alcançou um prestígio notável, testemunhado pelas frequentes citações em documentos diplomáticos, mas sempre com o título de *Civitas Viterbii*.

Naquele período, a cidade cresceu consideravelmente, tanto que as velhas muralhas foram consideradas insuficientes, sendo construídos os bairros de *San Faustino*, *Pianoscarano* e *San Marco*, para além do rio *Urcionio*, que até então delimitava o centro urbano. Nesta fase é, então, completado o segundo troço da muralha urbana que da *Porta Fiorita* chegou à *Porta di Valle* (Tab. II b).

---

sobre a origem da cidade, onde se cruzam referências do antigo Egipto, do Classicismo, e da Alta Idade Média dos Longobardos e Carolíngios, transformando Viterbo numa encruzilhada de divindades, reis, papas, alterando fontes documentais e inventando outras com facilidade (Rubini, 2012).

<sup>243</sup> Porta Sonza, também conhecida pela «Porta da Liberdade». De acordo com um privilégio concedido pelo filho do imperador Federico II, quem vivesse numa condição de servidão ganharia a liberdade através desta porta (Scriattoli, 1988).

O séc. XIII representou o expoente máximo de esplendor social, cultural e económico da cidade, o que se deve, em grande parte, ao atravessamento da Via Francigena.

A passagem de peregrinos em direção a Roma representava, para as cidades atravessadas, uma feliz oportunidade para trocas comerciais e, consequentemente, uma ocasião para prosperar economicamente, tanto que alguns estabelecimentos, como tabernas e albergues, foram regulamentados por éditos específicos (De Caprio, 2008)<sup>244</sup>.

Segundo estudos históricos (D'Orazi, 1997), o percurso urbano da Via Francigena passou por algumas alterações, como a abertura de novas estradas, relativas às progressivas expansões urbanas e às atividades de hospedagem e de restauração (Tab. II b).

Os peregrinos entravam na cidade pela atual *Porta Fiorentina*, percorriam a atual *Via Matteotti*, prosseguindo pelo *Corso Italia*.

Na proximidade da presente *Piazza Santo Stefano*, o percurso dividia-se em duas partes. Uma primeira, direcionava-se pela *via dell'Orologio Vecchio* e, com um percurso bastante tortuoso, chegava à *Piazza della Fontana Grande*; uma segunda, por sua vez, chegava à *Piazza Plebiscito*, atravessava a atual *Via Cavour*, alcançando a *Piazza Fontana Grande* (Tab. II b).

Por esta praça, através da *Via Garibaldi*, saía-se da urbe pela *Porta Romana* para prosseguir para a Cidade Eterna.

A progressiva prosperidade económica da cidade colocou Viterbo em conflito com as cidades vizinhas, o que induziu ao reforço das suas defesas, com o alongamento da cintura muralhada (1208) até ao castelo de S. Angelo, que surgia nas imediações da igreja de S. Francesco.

A cerca muralhada do lado norte só foi terminada cinquenta anos depois, em 1268 (Gregori, 2001).

Este é também o período em que o centro político da cidade se transferiu da atual *Piazza San Silvestro* para a *Piazza del Plebiscito*, com o intuito de construir numa maior extensão os *Palazzi dei Consoli* e do *Capitano del Popolo* (1251), como se evidencia no estatuto comunal.

---

<sup>244</sup> A viagem em direção a Roma foi objeto de uma abundante literatura de viagens, também por parte dos viajantes lusitanos. A propósito, é interessante citar o manuscrito da segunda metade do séc. XVII, conservado na Biblioteca Nacional de Portugal (Res. Cod. 674) e intitulado de: *Peregrino instruído. Modo com que se deve informar todo o sujeito, que fizer giro, pela europa, e mais parte do Mundo. Mandado fazer na Ocasão, que S. Majestade o Sr. Rei Dom João o quinto esteve para ir incógnito, ver as Cortes Estrangeiras*, de Manuel Caetano de Sousa.

É interessante analisar como o autor do diário, ao registar a passagem por Viterbo, se limita a afirmar que se tratava de uma linda cidade, sem fazer nenhuma referência ao facto de ter sido a cidade dos papas, que ali viveu o único papa português (João XXI) e nem sequer que lá se conservavam as relíquias de Santa Rosa que, tal como a Rainha Santa Isabel, tinha feito o milagre das rosas (Radulet, 2008).

Este dava conta da importância de todos os argumentos relativos à manutenção e ao controlo dos espaços urbanos, como a limpeza das fontes públicas, dos canais de escoamento, a manutenção das estradas e proibia a edificação de estruturas apoiadas nas muralhas da cidade e a construção de edifícios em torre que excedessem uma certa altura.

Após a morte do imperador Federico II<sup>245</sup>, o Papa Inocêncio IV (1243-1254) estabeleceu-se como o único mediador da política italiana - no entanto, não foi um predomínio fácil (Gimma, 2001).

As guerras contra os impérios e, sobretudo, o apoio a Manfredi<sup>246</sup> por parte do povo romano, levaram o papa Alexandre IV (1254-1261) a estabelecer, em 1257, a Cúria papal na segura e defensável cidade de Viterbo (Fig. 40).

Assim, a partir de 1281, Viterbo acomodou a sede da corte papal, adquirindo um papel fundamental no ponto de vista cultural e político.

De facto, a cidade foi sede de Conclaves que levaram às eleições de dois papas, Gregório VII (1271-1276) e o português João XXI (1276-1277), a que já nos referimos<sup>247</sup>.

---

<sup>245</sup> Federico II Hohenstaufen (1194-1250) foi Imperador do Sacro Romano Império, conhecido sobretudo para as lutas de poder político contra o papado. Foi uma das figuras mais interessantes da Idade Média na Europa. Amante das artes, na sua Corte em Palermo foi um dos principais lugares de intercâmbio cultural daquela altura entre estudiosos do mundo latim, grego e árabe. (Cf. Houben H. 2009, *Federico II. Imperatore, uomo, mito*. Il Mulino Bologna).

<sup>246</sup> Filho ilegítimo de Federico II (1258-1266), foi regente do sobrinho Corradino, último soberano da dinastia. Ambos foram derrotados por Carlo D'Angiò.

<sup>247</sup> Até à atualidade Pedro Hispano (1210-1277), foi o único papa português da história, como se referiu, ocorrendo a sua eleição e morte em Viterbo (para um maior aprofundamento Cf. Radulet, 2003).



Fonte: foto própria.

Fig. 40 Palazzo dei Papi.

Do pondo de vista da construção, a permanência papal na cidade produziu um reforço das ordens religiosas e, em particular, das mendicantes, como os Frades Menores, no Convento di S. Francesco, os Agostinos no Convento della S. Trinità e os Dominicanos no Convento di S. Maria in Gradi<sup>248</sup>.

Entretanto, na cidade completou-se o Palazzo Papale, edificado na parte mais alta e antiga do centro, num confronto imediato com a parte pública que gravitava em torno da atual Piazza del Plebiscito (Tab.II b).

No séc. XIV, quando já não era a sede papal, a história cidadina foi caracterizada pela intensificação de uma série de antigos conflitos entre famílias aristocratas, atingindo o seu ápice com a luta entre os Gatti e os Prefetti di Vico, produzindo uma lenta decadência da cidade.

Com a pacificação imposta pelo cardeal Vitelleschi, a mando do Sumo Pontífice, eliminaram-se, por fim, os conflitos internos, ainda que, por outro lado, se tenha reduzido progressivamente a autonomia da urbe que, grosso modo, manteve a mesma extensão até à unificação de Itália.

Houve ainda importantes trabalhos de transformação urbana, como a abertura da *Via Farnesiana* (séc. XVII), hoje designada de Via Cavour, realizada pelo Cardinal Farnese, que, da Piazza del Plebiscito (na altura o novo centro político urbano), através de um

---

<sup>248</sup> Sede atual da Università degli Studi della Toscana.



percurso retilíneo, alcança a Fontana Grande (Fig. 41) e prossegue (a atual via Garibaldi) até à Porta Romana (Tab. II b).



Fonte: [www.comune.viterbo.it](http://www.comune.viterbo.it) (último acesso 7.07.15); ao lado direito, uma foto de hoje (própria).

Fig. 41 - Praça Fontana Grande. Ao lado esquerdo, a gravura por Closs Adolf (1888). O espaço urbano ainda hoje mantém mais ou menos o mesmo aspecto.

Só no início do século XIX se registaram as primeiras expansões significativas do edificado para lá da cintura de muralhas, as quais tiveram um importante impulso no século seguinte.

O novo século distingue-se, sobretudo, por ter ampliado a atividade construtiva *extra moenia*, principalmente em direção à planície, orientada a norte; a construção de quartéis que caracterizou o tecido social citadino como «cidade militar» e, além disso, assinalou-se a cobertura do rio Urcionio, no troço que percorria o centro histórico, realizando-se, assim, as atuais Via Marconi e Piazza dei Caduti (durante os anos trinta).

Outro aspeto interessante da cidade, conhecido desde os tempos remotos, é a existência de fontes termais, apenas fora da cidade, utilizadas por motivos curativos (De Iulio,

Sileoni, 2014), como testemunham pontualmente as crónicas de viagens, desde a idade do renascimento<sup>249</sup>.

### VII.1.7 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística

A II Guerra Mundial produziu danos significativos na cidade. Assim, durante os anos de 1947 e 1948, foi aprovado pela administração municipal um plano de reconstrução que se focava, principalmente, na área do centro histórico (a área da Piazza della Rocca e a Igreja de S. Francesco), onde ocorreram as destruições bélicas com maior impacto.

O primeiro *Piano Regolatore Generale* (corresponde ao Plano Diretor Municipal) da cidade foi aceite em 1959 e limitava-se a planear as áreas já urbanizadas, o centro e as áreas imediatamente circunstantes.

Este plano previa, principalmente, uma futura expansão urbana fora da muralha, em direção à área termal (talvez com a pretensão de dar um maior impulso a esta atividade) e a promulgação de algumas normas de salvaguarda que regulavam a atividade construtiva no centro.

Em 1979, foi aprovada uma *Variante Generale* do plano de 1959 que, pela primeira vez, estruturou todo o território municipal.

Para o centro histórico, previa-se que a atividade de construção fosse dirigida apenas para a manutenção ordinária (artº 4 das normas técnicas), referindo-se ainda a um futuro plano de recuperação, para uma ação de planeamento mais orgânica.

A atividade de planeamento por parte da administração municipal prosseguiu nos anos seguintes, com a aprovação do *Regolamento Edilizio* (regulamento de construção e de edificação), de 1966, atualizado em 1969, e um *Piano Particolareggiato* (Plano de Pormenor) de restauro do quarteirão *Cunicchio*<sup>250</sup> na área do centro histórico, adotado em 1991 (Tab. II b).

---

<sup>249</sup> Com a chegada do Cristianismo e a queda do Império Romano do Ocidente, a prática de banhos termais foi completamente abandonada. Sobreviveu, no entanto, nas áreas rurais como remédio curativo, sobretudo por parte do povo. Só no fim da Idade Média foi redescoberta pelas qualidades terapêuticas das suas águas termais, naquilo que os historiadores do turismo definem de “a falsa partida do termalismo”. Viterbo foi uma das principais localidades termais daquele tempo, sendo visitada por altos bispos e aristocratas, seja italianos seja estrangeiros, deixando preciosas descrições do lugar. Uma viagem interessante aí decorrida foi aquela escrita por Jean Baptist Labat (1663-1738).

<sup>250</sup> Esta parte da cidade, durante a Segunda Guerra Mundial sofreu muitos danos.



Este plano providenciou a primeira intervenção de restauro do edificado no centro histórico, produzindo um debate vivo no seio da comunidade cidadina, sobre a oportunidade de aprovar um plano que pudesse regulamentar as atividades de construção em áreas de prestígio, como no centro histórico de Viterbo.

O atual instrumento de planeamento é o Plano Regulador Geral, aprovado em 1979.

A área A1 (centros históricos; o território municipal de Viterbo inclui, além do centro histórico da cidade, também os centros históricos de algumas pequenas aldeias, como Bagnaia, San Martino al Cimino) regula as intervenções de reestruturação e restauração, a ser implementada por meio de planos de pormenor. Na ausência de tais instrumentos, são autorizados só obras de consolidação e manutenção.

Há, também, um programa preliminar de ação que está sendo aprovado, que afeta a área de Vale Faul (a área de Porta Faul)<sup>251</sup>.

A atual administração urbana considera prioritária a recuperação do centro histórico, criando um Departamento Técnico Especial, em 2013, e definindo ainda políticas de recuperação urbana.

Nesta fase, trabalha-se na elaboração do *Masterplan* do centro histórico. Este é um documento preparatório para os atos subsequentes de planeamento. O *Masterplan* considera todas as componentes do centro histórico, não só a parte urbanística e das construções, mas também a parte comercial e do terciário, e oferece um projeto orgânico, através do qual os cidadãos podem partilhar as escolhas (uma forma de planeamento participativo), que supera a rigidez dos Planos de Pormenor, incluindo, no planeamento, os aspetos sociais e culturais, o que o torna mais adequado<sup>252</sup>.

Em resumo, as políticas urbanas atuais para o centro histórico compreendem os seguintes pontos<sup>253</sup>:

- redução da mobilidade automobilística dentro das muralhas, através de políticas de dissuasão, como a instalação de portas eletrónicas;
- recuperação das praças e das antigas fontes públicas a partir daquelas mais importantes (ex. Piazza del Plebiscito, San Pellegrino) através de um concurso de ideias;
- planos sobre a cor das fachadas em algumas praças mais importantes;
- recuperação dos museus da cidade e do Teatro dell'Unione;

---

<sup>251</sup> Cf. Resposta n° 4 Entrevista 3QMvt.

<sup>252</sup> Cf. Respostas n° 4 e 5 Entrevista 3QMvt.

<sup>253</sup> Cf. Respostas n° 1, 10 e 6 Entrevista 3QMvt.

- restauro da centralidade do centro histórico, parar a erosão da população e atrair novos residentes.

As políticas de desenvolvimento turístico completam-se com: a promoção dos itinerários turísticos oportunamente assinalados, no qual se inclui a tecnologia Qcode<sup>254</sup>; a facilitação da abertura de Bed & Breakfast; a promoção de alguns eventos urbanos que já atingiram fama nacional, como a Caffaina (festival literário, música, teatro, etc. nos finais de junho e julho), Tuscia Opera Festival (julho), Tuscia Film Festival (junho-julho), S. Pellegrino in Fiore (exposição de flores e plantas no início de maio) e, por fim, o transporte do andor de Santa Rosa (finais de setembro) - uma construção com 30 metros, que evoca a transladação do corpo da Santa protetora da cidade. Na noite de 3 de setembro de cada ano, o andor iluminado é deslocado às costas pela estrada do centro histórico, pertencendo à rede dos andores italianos. Desde 2013, a festividade religiosa está inscrita na WHL como bem imaterial<sup>255</sup>.

Como vimos no capítulo antecedente, um ponto de vista diferente é expresso pela Associação de Comerciantes do Centro Histórico. Eles reclamam sobre a má limpeza urbana em algumas áreas do centro, mas condenam a total ausência de cinema e teatros (existe só o Teatro dell'Unione, colocado numa área marginal no centro perto das muralhas da cidade)<sup>256</sup>. Tudo isso se reflete em uma fraca participação do Centro à noite. No Quadro 30 seguinte, são abordadas as maiores atrações turísticas incluídas no centro histórico de Viterbo.

NOME	DESCRIÇÃO
Palazzo dei Papi e Cattedrale di S. Lorenzo	É, seguramente, o edifício mais importante da cidade, e talvez seja considerado o seu símbolo. Construído pelo Papa Alexandre IV, em 1257, compreende a Sala del Conclave, que hospedou o primeiro e o mais longo conclave da história, a Loggia para a bênção papal e a Sala Gualterio, repleta de frescos datados do séc. XVI. A Catedral de S. Lorenzo, que surge sobre um lugar de um anterior templo romano dedicado a Ercole, sofreu restauros profundos em 1570, orientados pelo Cardinal Gambara. Acolhe, ainda, os restos mortais do Papa João XXI.
Bairro de S. Pellegrino	É a área urbana, dentro do centro histórico, em melhor estado de conservação. Aqui se respira ainda o ar da cidade medieval, com os seus edifícios característicos e as suas igrejas. Na primavera, as suas estradas atraem muitos turistas com a exposição de flores e plantas ornamentais.
Palazzo dei Priori	Atualmente, é a sede do município. Apresenta frescos interessantes do séc. XVI.

<sup>254</sup> Existe um serviço de guias turísticos plurilinguísticos para a visita do centro histórico com itinerários diferentes, de duração variável.

<sup>255</sup> Cf. Resposta nº 2 Entrevista 3QMvt.

<sup>256</sup> Cf. Resposta nº 7 Entrevista 3QCvt.

Igreja de Santa Maria Nuova	É uma das igrejas mais antigas em Viterbo, datada do ano de 1080, construída sobre um edifício de culto romano dedicado a Júpiter. No seu interior, conservam-se prestigiadas obras do séc. XIV ao séc. XVI. No interior da igreja é possível visitar uma cripta paleocristã.
Roca de Alborno	Construída pelo Cardeal Egidio d'Albornoz, em 1375, por motivos de defesa. De facto, a construção surge apoiada na muralha próximo da Porta Fiorentina, principal acesso norte da cidade. Atualmente, integra o Museu Nacional Etrusco.
Museu Cívico	Surge no antigo convento de Santa Maria della Carità, no lado externo da Porta de S. Marco. Conserva, entre as várias obras de escultura e de pintura, dois trabalhos notáveis de Sebastiano del Piombo (1485-1547).
Museu do andor de Santa Rosa	Surgiu no bairro de S. Pellegrino, na sede da associação dos carregadores de Santa Rosa, onde são tomadas várias decisões sobre o transporte do andor. No museu, estão os desenhos e os modelos dos andores precedentes.
Igreja de S. Silvestro	Edificada em 1271, é um edifício relevante, sobretudo pelo homicídio do príncipe inglês Henrique da Cornualha no séc. XIII. Foi referida na Divina Comédia de Dante (Inferno XII)
Museu da Ceramica della Tuscia	Aberto em 1986, no Palazzo Brugiotti na Via Cavour, recolhe uma discreta coleção de cerâmica histórica local.
Teatro dell'Unione	Construído em 1855 pelo projeto de Vespignani, segundo as típicas formas de teatro italiano do séc. XIX. Desenvolvem-se, atualmente, espetáculos de música e de teatro.

Fonte: elaborado pelo autor.

Quadro 30 - Principais atrações turísticas no centro histórico de Viterbo.

### VI.1.8 Fluxos turísticos

Os fluxos turísticos aqui descritos estão compreendidos entre 2002 e 2012.

Nos gráficos, foram evidenciadas as chegadas e as dormidas turísticas, reportadas no Anexo 2 vt.

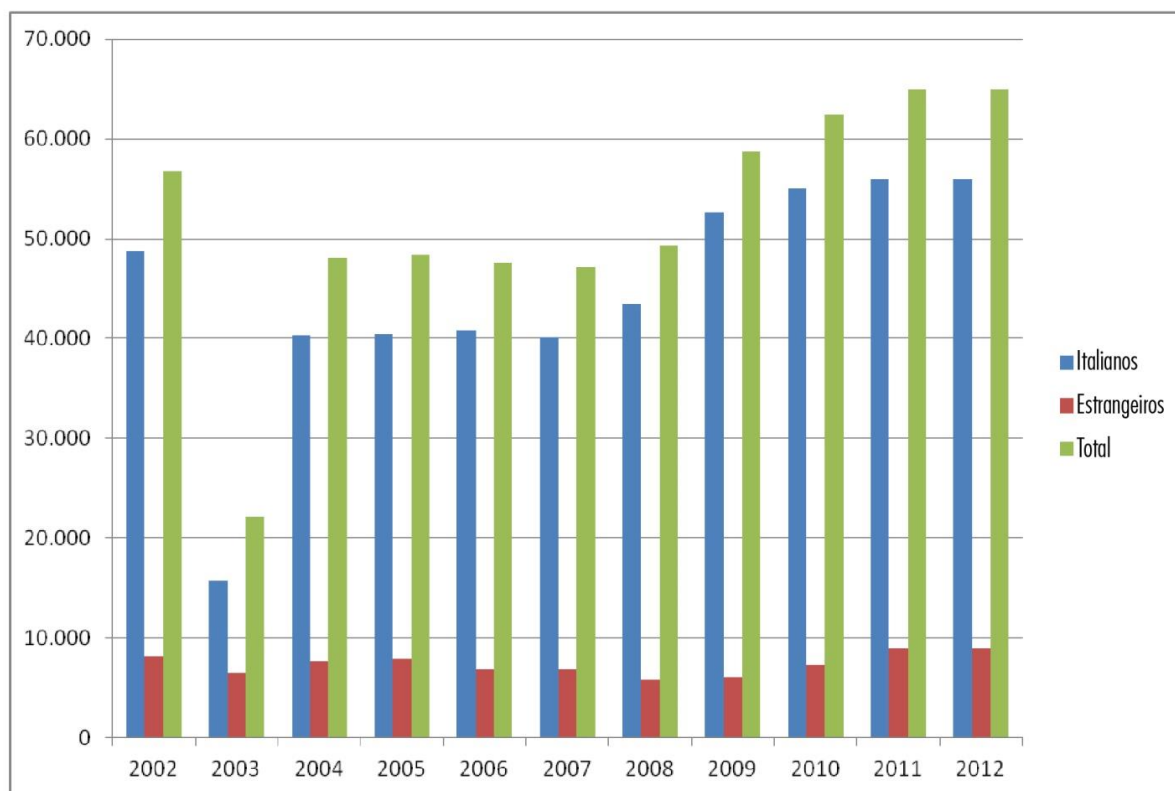


Fig. 42 - Chegadas a Viterbo, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (n°).

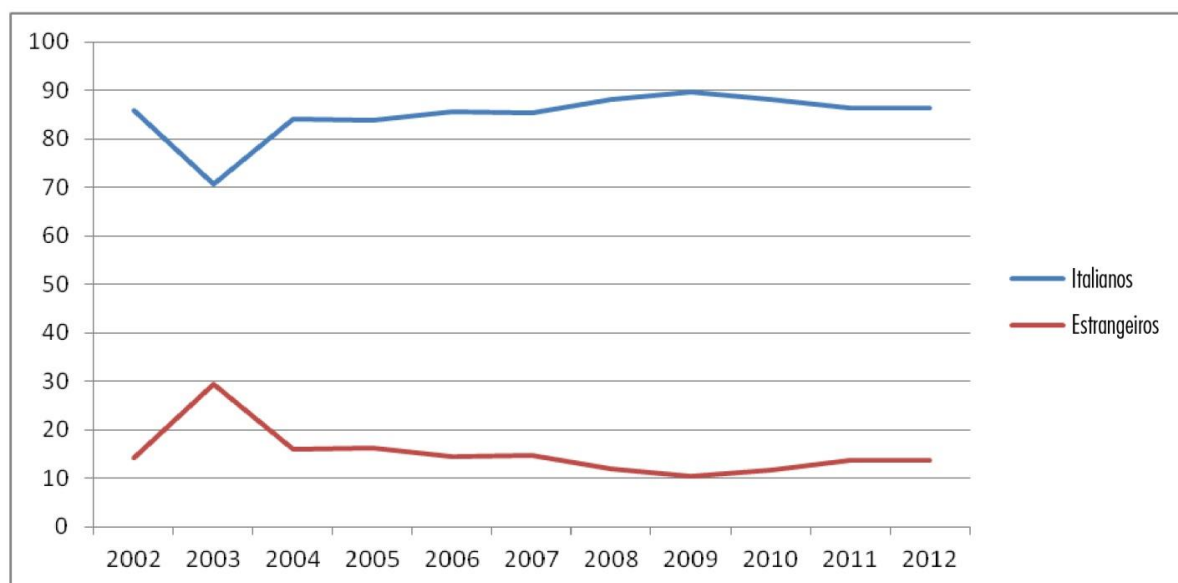


Fig. 43 - Percentagem de chegadas em Viterbo nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (%)

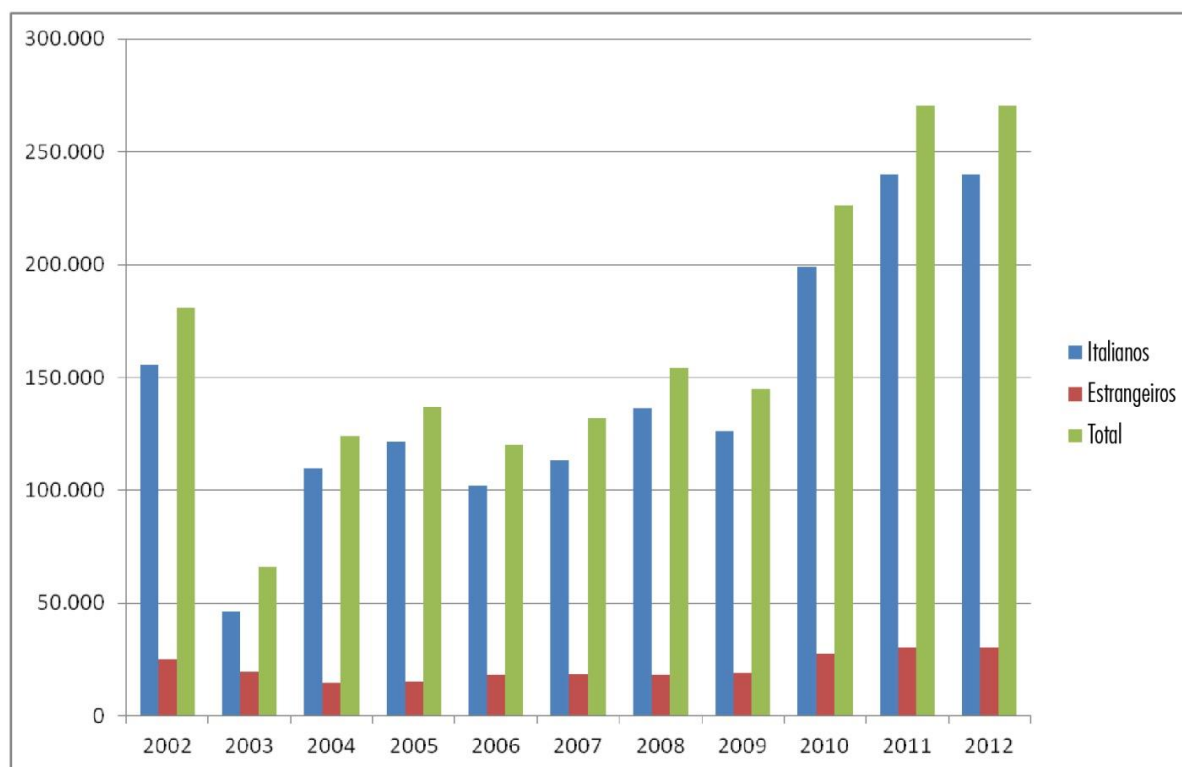


Fig. 44 - Dormidas em Viterbo, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (n°).

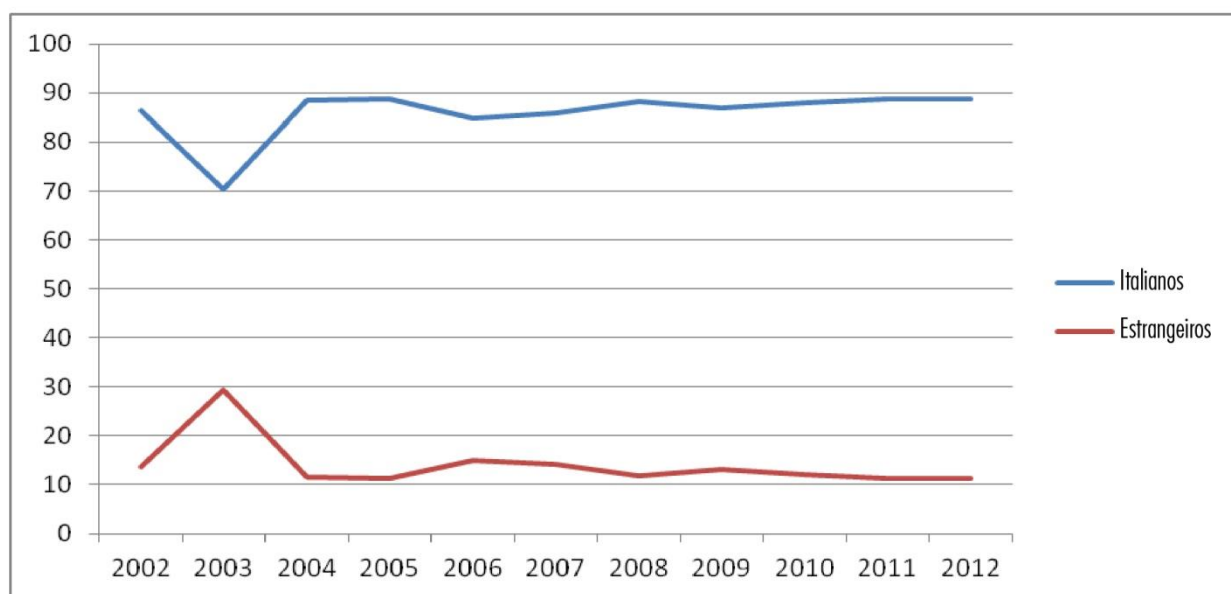


Fig. 45 – Percentagem de dormidas em Viterbo, nos anos 2002-2012, de italianos e estrangeiros (%).

Da análise dos fluxos turísticos para a cidade de Viterbo (Fig. 42, 43, 44 e 45), observa-se que, entre 2003 e 2012, houve um crescimento mais ou menos constante, com o máximo de chegadas em termos absolutos no ano de 2012, enquanto 2003 foi o ano com os valores mais baixos registados.

Os italianos constituem, esperadamente, a maioria absoluta dos turistas, numa percentagem que oscila entre os 70,70 % e os 89,59%. Em termos de dormidas, o ano de máximo absoluto foi 2012, sendo que o mínimo foi em 2003.

A duração média da estada dos italianos é de 3,4 dias, enquanto os estrangeiros têm uma duração média de 2,9, mas é ainda muito elevado o número dos caminhantes face do número dos turistas. Claro que a proximidade de uma grande cidade como Roma, favorece este tipo de turismo<sup>257</sup>.

Do ponto de vista comercial, no centro histórico, cheio de lugares de grande beleza estética, há diversas lojas históricas, como o Café Schinardi (um café histórico desde 1818).

Atualmente as políticas municipais tendem a uma remoção do tráfego de carros no centro histórico, com uma gradual pedonalização de muitas áreas urbanas, a partir das praças<sup>258</sup>. Por outro lado, a Associação Comercial do centro histórico quer manter o tráfego de carros nos principais eixos de comunicação do centro, por considerar que o encerramento destes pode diminuir o volume de negócios em favor dos grandes centros comerciais que ficam localizados nos subúrbios, facilmente acessível de carro<sup>259</sup>.

Assim, o centro histórico de Viterbo está ainda pouco valorizado, não obstante de toda a sua beleza e boa quantidade de património cultural. As políticas urbanas de proteção do tecido urbano, até ao momento, são limitadas e pouco incisivas.

Considerando o crescimento da procura do turismo cultural e do turismo de saúde, a cidade tem seguramente um enorme potencial de desenvolvimento do sector turístico. Neste sentido ocorreram políticas mais incisivas, que apontam sobretudo para o mercado internacional, considerando a proximidade com Roma e com o porto de Civitavecchia (maior porto de escala de cruzeiros, a nível nacional)<sup>260</sup>.

---

<sup>257</sup> Cf. Resposta nº 2 Entrevista 3QMvt.

<sup>258</sup> Cf. Resposta nº 10 Entrevista 3QMvt.

<sup>259</sup> Cf. Respostas nº 7 e 8 Entrevista 3QCvt.

<sup>260</sup> Cf. Resposta nº 8 Entrevista 3QCvt.

A possível inclusão do centro histórico da WHL (é considerada uma prioridade por parte da Câmara Municipal). Segundo os entrevistados pode oferecer uma maior visibilidade em termos de turismo e melhorar o comércio cidadão<sup>261</sup>.

Em conclusão, no Quadro 31 mostram-se os pontos fortes e fracos do turismo em Viterbo.


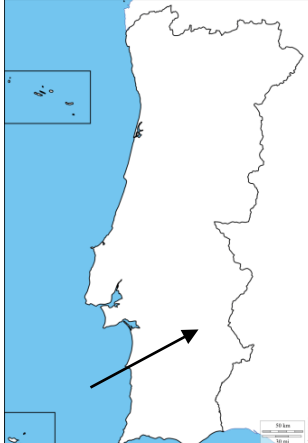
<b>PONTOS FORTES</b>	<b>PONTOS FRACOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grande património histórico e monumental de interesse nacional.</li> <li>▪ Presença de estruturas termais.</li> <li>▪ Presença de festividades de grande atração turística, como por exemplo o andor de Santa Rosa (Património UNESCO).</li> <li>▪ Proximidade com Roma (a 100km) e com o porto de Civitavecchia (a 60 km, maior porto de escala de cruzeiros, a nível nacional).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Centro histórico recuperado e valorizado apenas parcialmente (ex. Bairro de San Pellegrino).</li> <li>▪ Falta de políticas eficazes de valorização turística do centro histórico.</li> <li>▪ Áreas pedonais só em determinadas áreas.</li> <li>▪ Tráfego urbano no centro histórico.</li> <li>▪ Perda de habitantes no centro histórico.</li> </ul>

Fonte: elaboração própria

Quadro 31 - Os pontos fortes e fracos do turismo em Viterbo.

<sup>261</sup> Cf. Respostas n° 8 e 9 Entrevista 3QMvt; Resposta n° 6 Entrevista 3QCvt.

## VI.1.9 ÉVORA

	<p>«Porque Évora é principalmente um estado de espírito aquele estado de espírito que, ao longo da sua história, a fez defender quase sempre o lugar do passado sem negar ao presente que lhe é próprio ...»</p> <p><i>José Saramago, 1997</i></p>	
---	--	---

### VI.2.10 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade

Grande parte dos historiadores concorda em que a origem da cidade é, seguramente, anterior à ocupação romana (a partir do séc. III a.C.), como testemunham alguns lugares megalíticos descobertos na zona.

Alguns autores atribuem a fundação do primeiro núcleo urbano aos *Eburones*, antigo povo ibérico (Leal, 1874), outros defendem que foram as populações de origem celta (Gromicho, 1963) que, *grosso modo*, ocuparam um território correspondente à atual Andaluzia, Alentejo e, em parte, a Estremadura, onde se encontram alguns topónimos de centros urbanos que apresentam a mesma raiz: *Évora*, *Elbura* (Andaluzia), *Elbura Britum* (Óbidos).

As primeiras fontes escritas sobre a cidade são atribuídas a Plínio, no I século, que descreve a cidade de Eborac Cerealis como um centro fortificado de grande importância militar e económica (principalmente, pela produção de cereais, como é realçado no nome), da época precedente à conquista romana (Espanca, 1987).

Durante o período romano, a cidade encontrava-se no centro de importantes eixos viários e cresceu notavelmente de importância, seja do ponto de vista militar, seja do ponto de vista económico, tanto que foi dotada de importantes edifícios.

Este valor foi igualmente reconhecido por Júlio Cesar que, inclusivamente, instituiu a colónia *Libertalis Julia*, concedendo a cidadania romana (Simplício, 2006).

Datam deste período as atuais ruínas do templo de Diana (provavelmente dedicado a Júpiter, Fig. 46), um arco triunfal, que surgia na proximidade do antigo Fórum (perto da catedral) e, ainda, alguns destroços de paredes na cinta urbana.



Ainda que atualmente não se conheça, com certeza, a estrutura da cidade romana (por exemplo, a identificação dos *decumanus* e dos *cardos*), essa é ainda visível na parte mais alta do atual centro, com o fórum entre a atual catedral e o templo de Diana.

Todavia, Ribeiro (1986) afirma que, muito provavelmente, a atual via 5 de Outubro, que da atual catedral se dirige para Este e Oeste, poderia corresponder a um decumano da cidade romana (Tab. III c).

Com a queda do Império Romano, a cidade foi conquistada em 416, por Astolfo, Rei dos Visigodos.

No entanto, os vestígios históricos daquele período são muito limitados. Sabe-se que o centro era conhecido como *Elbora* ou *Erbora*, sendo provavelmente uma sede episcopal (Ribeiro, 1986). Por outro lado, a conquista árabe (715 d.C.), que durou cerca de quatro séculos, deixou uma importante marca, como se pode notar pelos exemplos de alguns topónimos: Rua de Mahomud, Rua do Amauriz, etc..

Um relato interessante sobre a opulência da cidade (em árabe, *Yábura*) foi escrito pelo geógrafo árabe Edrisi, no séc. XII (Coelho, 1972, p.69): «Esta última cidade é grande e bem povoada: Cercada de muros, possui um castelo e uma mesquita catedral. O território que a cerca é de uma fertilidade singular. Produz trigo, gado e toda a espécie de frutos e legumes. É uma região excelente onde o comércio é próspero quer em objetos de exportação quer em objetos de importação».

Depreende-se que Évora era um importante centro agrícola e comercial, detendo um *suk*, na atual via Diogo Cão, e uma mesquita, no lado oposto da catedral (Tab. III c).

O espaço urbano estava dividido em duas partes: a *alcova*, colocada na parte alta, estendendo-se por 1/8 de todo o território urbano, e a *medina*, que constituía a parte residual (Beirante, 1988).

Para lá da cinta muralhada, durante o decorrer do tempo, foram-se formando alguns polos urbanos diferenciados pelas diversas comunidades que aí residiam e que, no período seguinte, constituíram os núcleos sobre os quais se expandiu a cidade cristã: um a norte, na atual área de S. Mamede, habitado por Moçárabes<sup>262</sup>; outro na direção oeste, o do povo judaico; e, por fim, na proximidade da Porta de Moura, voltado a sul, o centro habitado por árabes (Simplício, 2006) (Tab. III c).

---

<sup>262</sup> Refere-se aos Cristãos da península ibérica submetidos ao domínio árabe.

A ocupação árabe durou até 1165, quando a cidade foi conquistada por *Geraldo Sem Pavor*, em nome dos soberanos cristãos.

Com o novo governo, a cidade perdeu progressivamente a imagem de cidade árabe, a mesquita foi transformada em catedral (1204) e sede da corte por alguns anos, contribuindo, assim, para o seu desenvolvimento.



Fonte: foto própria

Fig. 46 O Templo de Diana e, ao fundo, a Sé Catedral. Esta é a parte urbana mais alta, onde ficava a *alcova*.

O grande crescimento demográfico saturou cada espaço livre dentro da velha muralha, tanto que alguns conventos, que eram os edifícios mais importantes de qualquer cidade medieval, foram construídos em espaços *extra moenia*, como é o caso do convento de São Francisco e São Bento de Castris (ambos do séc. XIII) e do convento de São Domingos (séc. XIV).

Ao mesmo tempo, também outras comunidades não cristãs se instalaram nos espaços externos à muralha: a comunidade moura concentrou-se na zona norte, em torno da igreja

de São Mamede, dedicando-se maioritariamente à agricultura; a comunidade hebraica dedicava-se ao comércio e ao artesanato (que era uma das mais consistentes no país, naquele período), estabelecendo-se na parte mais ocidental, entre a atual rua Serpa da Pinto e a rua do Raimundo (Espanca, 1966) (Tab. III c).

Aos poucos, a estrutura urbana foi se consolidando. A cidade era, assim, caracterizada por duas partes facilmente distinguíveis: uma área interna à muralha romano-gótica e uma parte externa à cintura muralhada, em contínua expansão.

Na área externa, surgiu o problema de não existir uma estrutura defensiva adequada, estando esta muito desprotegida.

O início da construção da nova muralha foi em 1350, ocorrendo a sua conclusão em 1440, no reino de D. Afonso V.

Esta estava munida de 40 torres de secção circular ou quadrada, ficando a cidade inteira mais protegida e delimitada, aumentando o espaço urbano cerca de cinco vezes.

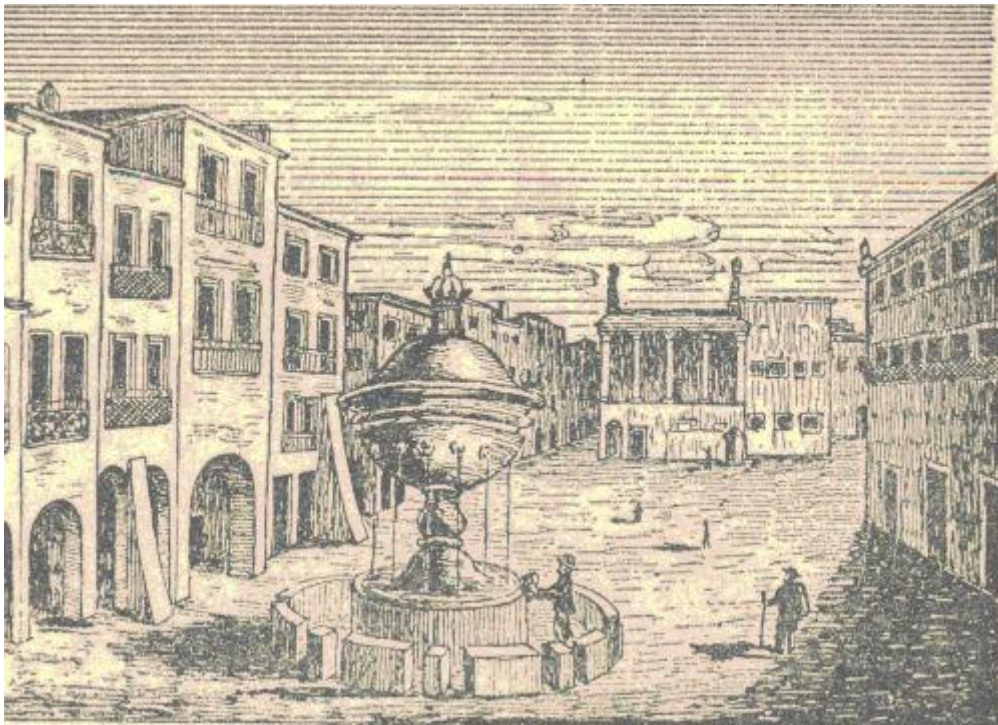
Os séculos XV e XVI representaram para Évora um período de grande esplendor. Foi a cidade que hospedou mais vezes a corte real, sendo construídos importantes edifícios, como o Paço, várias igrejas, conventos e colégios.

Em 1559, foi fundada a Universidade, com o apoio dos Jesuítas e do Cardeal Dom Henrique.

Com o tempo, a estrutura urbana da cidade caracterizou-se pela progressiva homogeneização das duas partes internas à cidade, graças também à destruição da cintura muralhada romano-gótica.

A Praça do Giraldo (em medida maior, Fig. 47) e o Largo das Portas de Moura assumiram neste período a função de verdadeiros polos de organização da vida citadina (Tab. III c).





Fonte: Imagem de cima: Rosa J. ,1926, *Iconografia Artística Eborense – subsídios para a história da arte no Distrito de Évora*, Imprensa Nacional, Lisboa, p. 19. Imagem de baixo: Foto do autor

Fig. 47 - Praça do Giraldo. Em cima: Gravura da primeira metade do XIX sec., Autor anónimo. Em baixo foto atual da praça. O espaço urbano ainda hoje mantém um aspeto semelhante.

A cidade ficou encerrada pelos limites das muralhas até ao séc. XIX, momento em que se construiu a linha e a estação ferroviária (1863) e em que surgiram alguns bairros operários, no seguimento da mesma estação.

O crescimento da cidade, fora da muralha, foi relativamente lento até ao ano de 1940, enquanto na década posterior (1940-1950) ocorre a primeira grande expansão urbana, com o nascer de núcleos espontâneos e bairros clandestinos nas áreas mais próximas à cintura muralhada.

Os edifícios que surgiram neste território tinham uma fraca qualidade de construção e repetiam, em grande parte, as formas e as tipologias das construções rurais.

A população destes centros era constituída, inicialmente, por pessoas de proveniência rural, enquanto, numa fase posterior, acolheram também os habitantes do centro histórico, à procura de habitações mais confortáveis, devido à melhoria das condições socioeconómicas.

Consequentemente, no período 1960-1980, o centro histórico sofreu uma diminuição igual a um terço dos seus habitantes. Esta situação durou até cerca da metade da década de setenta, quando o planeamento urbano limitou a edificação ilegal, promovendo, também, a requalificação das construções existentes.

A vinda de um regime democrático produziu, por um lado, o início de uma renovação cultural na sociedade portuguesa, e por outro, libertou novas energias e iniciativas para resolver antigos problemas relacionados com o atraso e o subdesenvolvimento.

É neste contexto que, entre 1978 e 1979, foi realizado o Plano Diretor Municipal do Conselho de Évora, que integrava o Plano de Urbanização da cidade, um instrumento eficaz de gestão do município. É de realçar que esta atividade de planeamento urbano foi uma experiência pioneira para a nação portuguesa, tendo em conta que a lei que institui os Planos Diretores Municipais foi publicada apenas em 1982 (Semplicio, 2013).

Entre 1975 e 1980, registou-se uma nova forte expansão urbana, provocada pelos fluxos migratórios constantes, derivados da acrescida importância de Évora dentro do âmbito da rede urbana nacional e de uma melhoria nas condições de vida oferecidas pela cidade.

A partir de 1990, todas as expansões urbanas passaram a ser planeadas e regulamentadas. Para as novas áreas residenciais e, principalmente, depois de 2005, predominou a criação de nove urbanizações que ocuparam os espaços livres ignorados pelas fases de urbanização precedentes.

Ao passo que com o novo Plano de Urbanização, aprovado em 2011, se definiu uma urbanização mais maciça na zona norte (Unidade Operativa de Planeamento e Gestão – UOPG dos Leões), enquanto a estrutura urbana externa à muralha «...deve constituir um

novo polo de desenvolvimento que potencie o surgimento de dinâmicas e sinergias favoráveis ao desenvolvimento da cidade» (Relatório Plano de Urbanização, 2011, p.13).

Um Plano de Pormenor, ao contrário, pode eliminar o círculo dos pareceres da DRC Alentejo e do DGPC.

Este é o ponto final de um caminho complicado. Foi ainda registada, nas últimas décadas, uma maior aposta na fase de planeamento e programação urbana por parte das autoridades municipais, com o intuito de melhorar as condições de vida no seio da cidade segundo uma abordagem «estratégica».

Neste sentido distinguem-se o *Plano Estratégico de Évora* (1995), que visa a conceção de uma cidade mais justa no panorama social e melhor integrada na região; e o *Plano de Desenvolvimento Estratégico de Évora* (2009), que formula as diretrizes e as orientações necessárias para o desenvolvimento da área municipal da cidade, com um horizonte temporal definido até 2020.

Nesta lógica de participação por parte do cidadão para as escolhas do futuro da comunidade, foi ainda completado o programa da Agenda XXI (2011), com o objetivo de promover a consulta e a participação na política de desenvolvimento local sustentável.

#### **VI.1.11 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística. A inscrição na WHL**

Até aos anos oitenta do século passado, Évora representou o principal centro urbano da região, o Alentejo, descrita habitualmente como uma economia pouco desenvolvida, baseada numa agricultura de latifúndios e com uma mão-de-obra muito pouco qualificada. Tratava-se então, de um contexto produtivo atrasado e pouco inclinado para inovações e para os riscos do negócio.

Esta situação durou até meados da Revolução dos Cravos (25 de abril 1974), quando a chegada do estado democrático permitiu uma maior abertura e vivacidade na sociedade portuguesa. Por conseguinte, na tranquila e sonolenta Évora libertaram-se novas energias determinantes para uma nova e dinâmica atividade cultural (Silva, 2007). Por oposição, este longo período de estagnação socioeconómica teve a capacidade de preservar integralmente a imagem de cidade circunscrita à cintura de muralhas, conservando totalmente as suas formas e espaços urbanos. Logo após as primeiras eleições

autárquicas, o novo governo municipal empenhou-se na resolução da carência habitacional, na solução das situações de construção clandestina e, ainda, na criação de um projeto visionário que optava por preservar o enorme património cultural citadino, alavancando o progresso social e económico.

É neste contexto que surge o *Plano de Preservação e Recuperação do Centro Histórico* (1981), realizado com um duplo intuito: o de melhorar as condições de habitabilidade dos antigos edifícios, que não estavam adequados aos novos *standards* de higiene e saúde; e o de preservar o património histórico e cultural por meio de ações de restauro urbano. Com o objetivo de suportar economicamente e encorajar a atividade de restauro do edificado, previstos pelo plano, as autoridades municipais realizaram um protocolo com a Caixa Geral de Depósitos (1985) para conceder, aos proprietários de imóveis que precisam de restauro, de empréstimos com juro barato.

Ainda neste período, foi aprovado o *Plano de Circulação e Transportes*, com a intenção de melhorar a circulação na área urbana e, sobretudo, de reduzir o crescente tráfego automóvel no interior das muralhas. Ambos os planos fizeram parte da base que determinou que a Comissão UNESCO, no ano de 1986, incluísse o centro histórico na WHL.

Deve ser sublinhado, nesta fase, o importante papel desempenhado pelo Gabinete do Centro Histórico. O Gabinete foi criado no 1980 e a sua atividade durou até o 2001. Depois, as atividades foram incluídas no Gabinete de Urbanismo, a fim de dar uma visão global aos problemas urbanos da cidade.

Desde 2014, há uma divisão no Gabinete de Urbanismo exclusiva para o centro histórico e tem retomado algumas funções do antigo Gabinete<sup>263</sup>.

Os critérios aceites na inscrição foram os números 2 e 4 (cf. parágrafo IV.2):

- (2) mostrar um importante intercâmbio de valores humanos, inserido num longo período temporal ou numa área cultural do mundo, sobre a evolução

---

- <sup>263</sup> As funções específicas deste Gabinete, em resumo, são:

- Planeamento urbano
- Gestão e ocupação do espaço público
- Propostas de mobilidade
- Respostas técnicas sempre para intervenções de obras. A lei portuguesa obriga um estudo prévio sobre um qualquer trabalho de obra nos edifícios no centro histórico
- Gestão de compra – venda dos imóveis (direito de preferência, estabelecido por lei nacional)
- Relação com a tutela do património
- Gestão o centro de informações turísticas (Praça do Giraldo)

Cf. Respostas nº5, 6, 7 Entrevista 4QMeV.

da arquitetura, da tecnologia, das artes monumentais, do urbanismo ou do projeto paisagístico;

- (4) ser um extraordinário exemplo de um tipo de construção, conjunto arquitetónico ou tecnológico ou de paisagem que ilustre uma ou mais etapas significativas na história humana.

Atualmente, o instrumento de planeamento para toda a cidade é o Plano Diretor Geral de 2012, para o centro histórico É o Plano de Urbanização de Évora, com última atualização de 2011.

Nesta altura, existiu uma imensa discussão sobre neste sentido; ao mesmo tempo, a UNESCO exigiu um plano de Gestão do centro histórico atualizado e apresentaram-se duas opções:

- melhorar o atual Plano de Urbanização;
- realizar um ZEP (zona especial protegida), que tem um valor de um Plano de Pormenor.

A decisão final ainda não foi tomada<sup>264</sup>. A discussão também reflete uma questão muito sensível para a população da cidade. O atual Plano de Urbanização compreende as regras precisas para a proteção do património, mas tem alguns problemas.

Por exemplo, cada proprietário de um imóvel que quer fazer obras (pintar fachadas, abrir uma janela, mudar os edifícios, etc.) para obter uma licença deve encarregar um técnico, que deve preparar os documentos técnicos e uma relação das obras a fazer.

Depois, tudo isto deve obter o parecer da DRC Alentejo, que envia tudo para DGPC em Lisboa para o parecer definitivo. O parecer volta para a CM que entrega a licença.

Tudo isto leva muito tempo e aumenta os custos das obras<sup>265</sup>.

Enquanto isso, no centro histórico ocorreu uma progressiva diminuição e envelhecimento da população residente, como demonstram os dados demográficos relativos ao período 1991-2011, com uma queda de 39% dos residentes (Silva, 2007).

Segundo os dados demográficos relativos a 2011, a população com idade superior a 65 anos representa 32,4% do total, a percentagem mais alta, comparativamente com outras áreas do território municipal.

---

<sup>264</sup> Cf. Resposta nº9 Entrevista 4QMev.

<sup>265</sup> As vezes, como sublinha o verador Luciano, a avaliação da documentação apresenta problemas de subjetividade (casos de mesmas obras um foi aceite e outro não). Isto leva também problemas de relacionamento com os cidadãos, que cansados, não vai a fazer as obras, com um dano para a cidade. Cf. Resposta nº 10 Entrevista 4QMev.



No que diz respeito ao comércio, a situação do centro histórico, nos últimos trinta anos, passou por grandes transformações. Aquelas que eram as atividades comerciais de proximidade, como as padarias, os açougueiros e os negócios alimentares diminuíram de número abruptamente.

As causas não estão só relacionadas com a queda do número de residentes mas, também, com a concorrência direta dos supermercados de média e grande dimensão, que foram distribuídos pelas proximidades do centro (Silva, 2007). O mesmo efeito também afetou as pequenas atividades artesanais, como os alfaiates, os sapateiros ou as pequenas atividades de reparação mecânica, agora completamente desaparecidas.

A partir de 1985, foi registado um forte aumento da atividade comercial ligada ao vestuário, ao calçado e em geral ao sector dos acessórios de moda. Esta proliferação de lojas de marcas internacionais, com maior concentração na Praça de Giraldo e nas imediações, justifica-se com a progressiva transformação do centro histórico através de um «efeito de vitrine», destinado à população residente que deseja passear no centro e à população turística (cf. Capítulo III); facilitado também por programas como o ÉVORACOM (1997), específico para a promoção da requalificação urbana e comercial. O crescente aumento dos fluxos turísticos com destino à cidade, bastante significativos nas últimas décadas, produziu um processo de «turistificação» do centro histórico, com a abertura de novos estabelecimentos comerciais especialmente direccionados para este tipo de público e classificados em três grupos: restaurantes, hotéis (e os seus semelhantes), e lojas de artesanato e de produtos alimentares típicos.

Estas atividades concentram-se tendencialmente nas áreas mais centrais e nas proximidades das atrações turísticas, como a Rua 5 de Outubro, a Praça Giraldo, a Sé e o Templo Romano<sup>266</sup>.

Com o propósito de incentivar a requalificação do centro histórico, nos últimos anos foram promovidos estudos e ações operativas, por parte das autoridades municipais, como o *Estudo de Enquadramento Estratégico para a área do Centro Histórico de Évora* (2008), com a intenção de formular ações concretas de restauro do centro, apelidado de «Évora: recuperar o processo histórico» e o *Programa Acrópole XXI* (2011), que promove ações de regeneração urbana.

---

<sup>266</sup> É interessante notar a este respeito a opinião do Vereador Luciano, que considerou que apesar do aumento do turismo foram registados nos últimos anos um aumento no fechamento de algumas lojas. Cf. Resposta 12 Entrevista 4QMeV.

Estes programas tentam resolver o problema da principal dificuldade: a falta dos investimentos para a reabilitação urbana<sup>267</sup>.

No centro histórico, concentram-se também quase todos os eventos culturais mais importantes organizados na cidade, desde exposições, atividades musicais e teatrais<sup>268</sup>. Os espaços mais interessados nestas atividades são a Fundação Eugénio de Almeida e o Teatro Garcia de Resende. Entre as diferentes festividades atrativas do turismo, encontra-se a Feira de São João, que ocorre no final de junho desde 1569, no Rossio de S. Brás (num espaço livre encostado às muralhas) – onde, para além de acolher um mercado de produtos agrícolas e de artesanato, é também possível encontrar espetáculos de teatro, circo e exposições. Existem também outros eventos, vários itinerários turísticos temáticos bem organizados, como, por exemplo, a *Rota do Fresco Barroco*, que propõe à redescoberta de frescos e de azulejos da época barroca, conservados nas três igrejas do centro histórico, S. Mamede, S. Tiago e Espírito Santo ou, ainda, a *Rota dos Sabores Tradicionais*, que liga diversos restaurantes e pastelarias, com a oferta de produtos da antiga tradição alentejana<sup>269</sup>. Neste sentido tem um papel muito importante a associação comercial do Distrito de Évora, que nos últimos anos realizou estas atividades<sup>270</sup>:

- ICDE/Inovação Cooperação do Distrito de Évora - uma exposição de empresas do distrito com seminários para discutir de vários temas (setembro 2015 – mercado Municipal);
- Desenvolvemos atividade de animação na rua no mês de dezembro;
- Participamos na manifestação do Carnaval promovida pela Câmara;
- 12 meses de boa mesa são atividade de promoção da gastronomia local, em parceria com restaurantes e confraria gastronómica;
- Caminhos para o centro histórico, com um guia turístico ligada a vários temas.

A mesma Associação aponta que os principais problemas do comércio no centro histórico são<sup>271</sup>:

- Envelhecimento dos empresários do comércio;
- Questão da mobilidade e do estacionamento para o acesso as lojas;

---

<sup>267</sup> Neste momento, regista-se no Centro Histórico mais de 900 casas vazias, que precisam obras de recuperação. O maior custo e o longo tempo para obter a licença afasta uma reabilitação urbana promovida por privados. Cf. Resposta 13 Entrevista 4QMeV.

<sup>268</sup> Como se pode-se facilmente deduzir, a partir da leitura da agenda cultural no site oficial da cidade: <http://www.cm-evora.pt/pt/agendacultural/Paginas/Calendarioeventos.aspx> (ultimo acesso 25.05.2015).

<sup>269</sup> O aumento do comércio ligado aos produtos artesanais e gastronómicos locais está ligado ao aumentos dos fluxos turísticos. Cf. Resposta nº 6 Entrevista 4QCev.

<sup>270</sup> Cf. Resposta nº 4 Entrevista 4QCev.

<sup>271</sup> Cf. Resposta nº 7 Entrevista 4QCev.

- Limitações em termo de licenciamento comercial porque Évora é cidade da UNESCO, isto leva a muita burocracia;
- Não há sinalética dos espaços eficaz para a mobilidade do turista;
- Alto custo da renda dos espaços comerciais;
- Degradação de alguns edifícios;
- Está em projeto um grande centro comercial fora da cidade, que pode fazer concorrência com o comércio no centro histórico;
- Pouco controle das forças de segurança.

No seguinte Quadro 32 serão reportadas as maiores atrações turísticas do centro histórico.

NOME	DESCRIÇÃO
Praça do Giraldo	Trata-se de um espaço urbano central, caracterizado por edifícios seiscentistas, com arcadas no seu piso térreo. É o coração pulsante da cidade.
Catedral	Construída entre os séculos XIII e XIV com formas românico-góticas, sobre precedentes estruturas de culto. Apresenta no seu interior magníficas esculturas e pinturas.
Museu de Arte Sacra da Catedral de Évora	Trata-se de um Museu, aberto em 2009, colocado num espaço adjacente à Catedral. Representa uma das mais importantes coleções do país.
Templo de Diana	Surge na área do antigo Fórum, construído por volta do século I a.C., erroneamente dedicado a Diana segundo uma interpretação seiscentista. Está entre os templos romanos com melhor estado de conservação na península ibérica.
Convento de São Francisco	O atual edifício pertence ao período histórico do reinado de D. Manuel, tratando-se de uma construção de estilo gótico tardio, ricamente decorada. É o primeiro convento da ordem construído em Portugal.
Capela dos Ossos	Situada dentro do convento de São Francisco, construída no séc. XVII, as paredes estão todas cobertas por ossos humanos provenientes de diversos cemitérios citadinos.
Museu de Évora	Construído em 1804, sobre a iniciativa do bispo Frei Manuel do Cenáculo, teve o intuito de expor a sua coleção de livros e objetos de arte. Atualmente, o museu acolhe 20.000 peças, grande parte provenientes da espoliação de igrejas e conventos da cidade.
Teatro Garcia de Resende	Inaugurado em 1892, foi construído pela iniciativa da elite local. A construção de inspiração italiana, no seu interior acomoda pinturas.
Palácio de D. Manuel	É um edifício rico de decorações de estilos diferentes, construído por D. Afonso V (1432-1481), conhecido também como <i>Paço Real de S. Francisco</i> . O pavilhão do século XVI é particularmente apreciado, sendo um edifício que remonta ao antigo Palácio Real de Évora. Atualmente abriga eventos culturais regulares.

Universidade	Aberto no ano de 1559 no antigo colégio jesuíta do <i>Espírito Santo</i> , apresenta um claustro com colunas e diversas decorações de azulejos.
Museu do Relógio	Possui uma interessante coleção de relógios antigos.
Convento dos Lóios	Construído no séc. XV sobre os restos de uma velha construção militar. A igreja anexa apresenta uma rica amostra de azulejos pertencentes aos séculos XVII-XVIII.
Igreja da Misericórdia	Edificada em 1544, a igreja é ricamente decorada com painéis de azulejos.

Fonte: elaborado pelo autor.

Quadro 32 - Principais atrações turísticas no centro histórico de Évora.

### VI.1.12 Fluxos turísticos

Segundo a metodologia de trabalho indicada no parágrafo IV.5 foram estabelecidos dois métodos de medição do “efeito UNESCO”: examinando os fluxos turísticos antes e depois da entrada na WHL e a comparação da performance turística entre duas cidades semelhantes, em que uma pertence a WHL e a outra não.

O centro histórico de Évora entrou na WHL em 1986; porém, infelizmente, os dados sobre os seus fluxos turísticos relativos à década de 1980-1990 não estão disponíveis no INE<sup>272</sup>. Como tal, *ob torto collo*, o trabalho limitar-se-á ao exame dos fluxos relativos ao período 2000-2012, que posteriormente serão comparados aos de Santarém (anexo 3 ev).

<sup>272</sup> Apenas estão disponíveis os dados relativos aos anos 1987, 1988, 1990, muito poucos para poderem ser considerados. O INE esclareceu que ainda não tinham informatizado os dados.

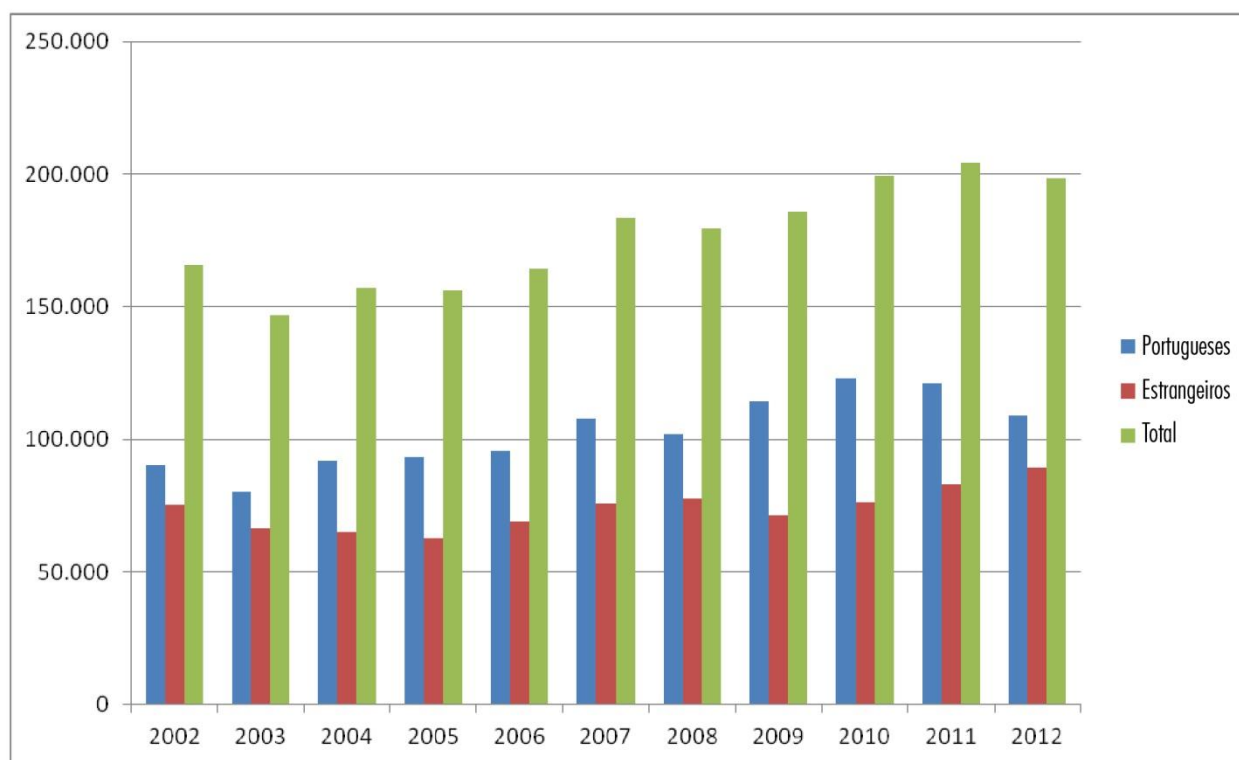


Fig. 48 - Chegadas a Évora nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros (nº).

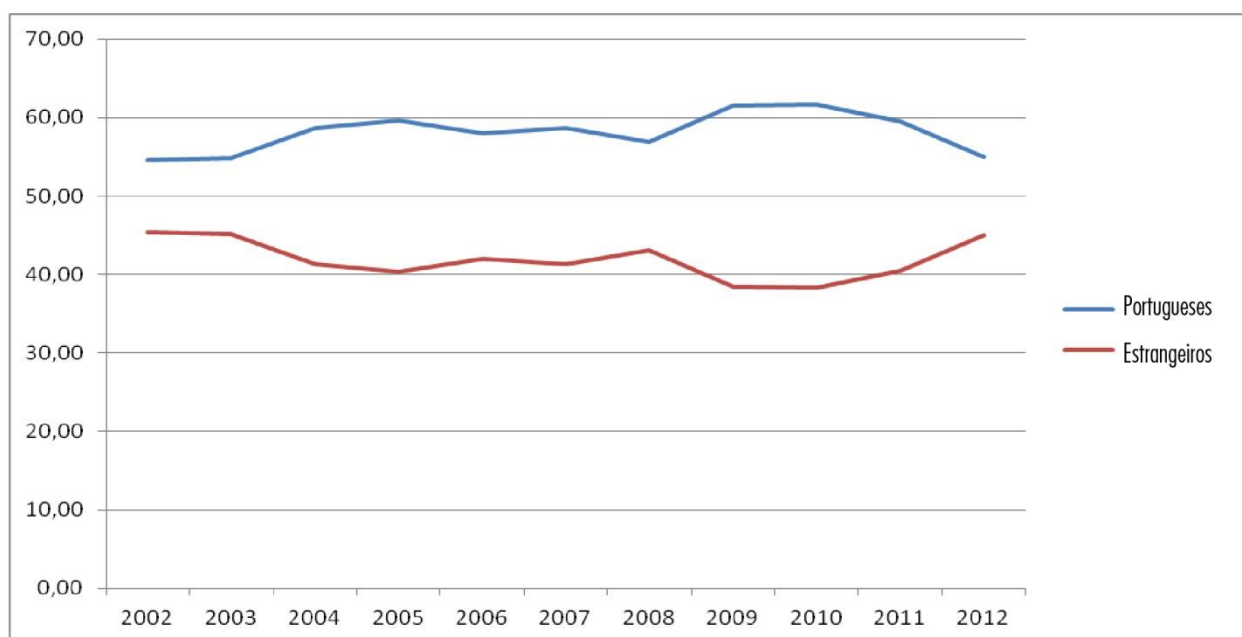


Fig. 49 - Chegadas a Évora, nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros (%).

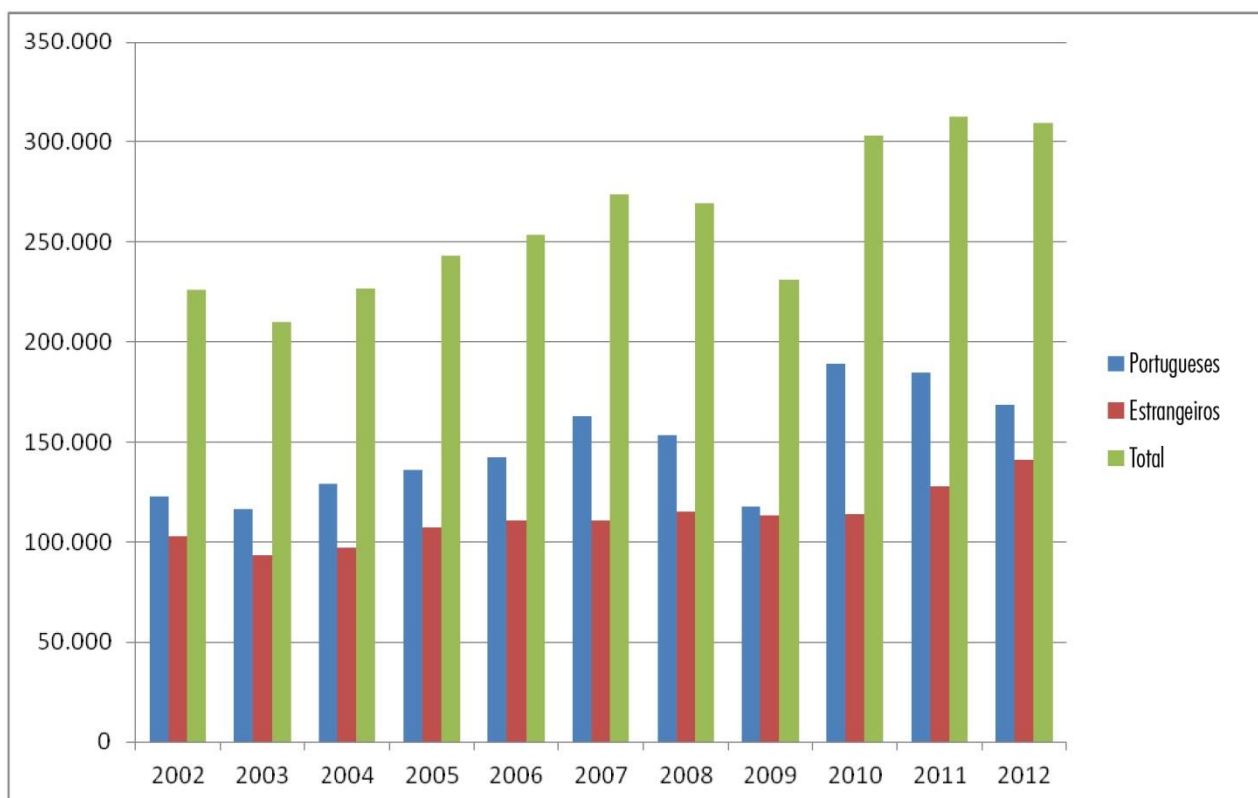


Fig. 50 - Dormidas em Évora nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros, (nº).

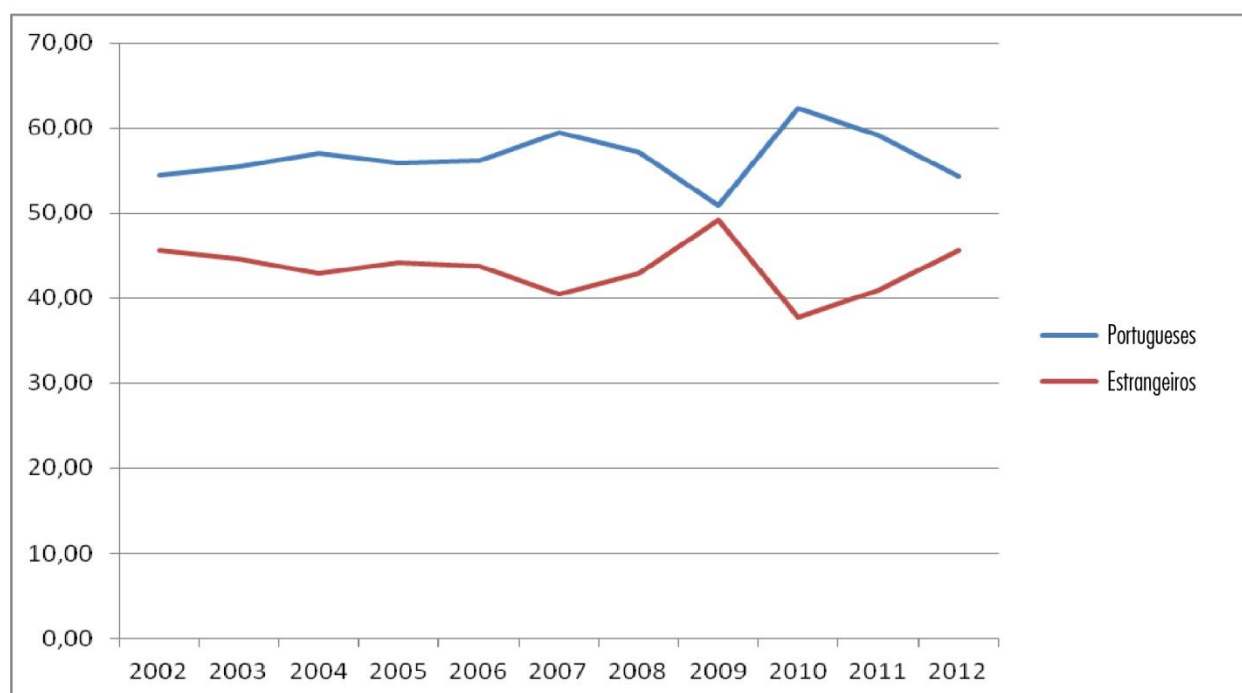


Fig. 50 – Dormidas em Évora, nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros, (%).

As chegadas nos anos 2002-2012 apresentam um comportamento flutuante, com um máximo em 2011 e um mínimo em 2003.

O fluxo turístico é predominantemente de origem nacional (Fig. 48 e 49).

No que toca a dormidas também estas são maioritariamente de origem nacional e só em 2009 é que ocorreu uma aproximação entre os dois valores.

Os valores máximos foram obtidos em 2011, e os mínimos em 2003 (Fig. 50 e 51).

A duração média de uma estada é de 1,5 dias para os portugueses a passo que a dos estrangeiros é ligeiramente mais alta, com 1,6 dias. Também é muito alto o fluxo dos caminhantes a face do turismo<sup>273</sup>.

Estes dados devem-se ao grande fluxo que se originou a partir do turismo de conferências. A cidade, como é fácil verificar, está entre os principais destinos para este tipo de turismo<sup>274</sup>.

Os valores dos fluxos turísticos em direção a Évora, salvo em particulares períodos do ano (como o verão), apresentam valores ainda nos limites da sustentabilidade.

Nesta situação dos aumentos contínuos de fluxos turísticos emergem, entre outras, duas questões principais<sup>275</sup>:

- o aumento do turismo na cidade atraiu muito trabalhadores para o sector sem nenhuma qualificação (a galinha de ovos dourados), mas para um aumento do nível de satisfação dos turistas, precisa de trabalhadores qualificados;
- programar uma oferta cultural diversificada ao longo de todo o ano, não só focada no verão.

Considerado o amplo património cultural, a comodidade da área envolvente e a variedade de recursos enogastronómicos, existem ainda grandes possibilidades de crescimento.

Em conclusão relata-se um quadro de síntese sobre os pontos fortes e fracos do turismo na cidade (Quadro 33).

---

<sup>273</sup> Cf. Resposta nº 5 Entrevista 4CMev.

<sup>274</sup> A cidade não possui nenhum Palácio dos Congressos, mas cada semana, durante todo o ano (não só de verão) são programados congressos de nível nacional ou mais. É demonstrado que a cidade de Évora tem um poder de atração. Cf. Resposta nº 11 Entrevista 4QMeV.

<sup>275</sup> Cf. Resposta 14 Entrevista 4QMeV.

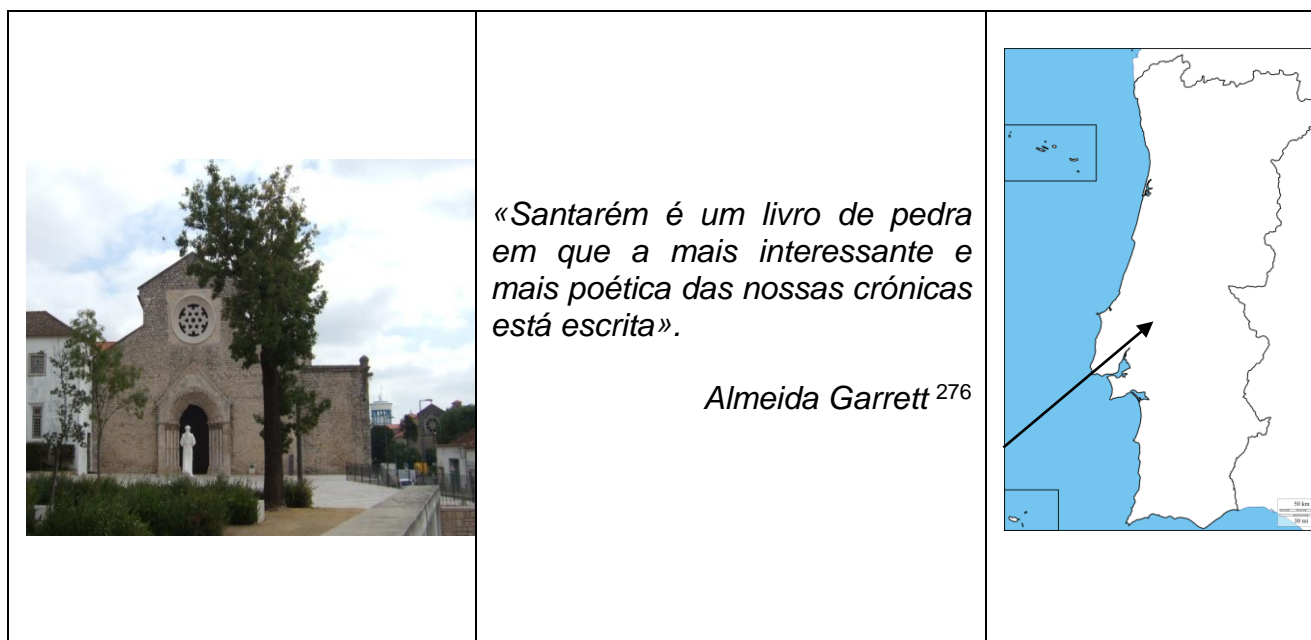
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grande património histórico e monumental de relevo internacional.</li> <li>▪ Centro histórico bem estruturado.</li> <li>▪ Eficazes políticas de recuperação e valorização do centro histórico.</li> <li>▪ Recursos enogastronómicos de grande qualidade.</li> <li>▪ Proximidade com a fronteira espanhola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Turistificação</i> excessiva na área de Praça do Giraldo</li> <li>▪ Excessiva pressão turística em algumas atrações (ex. Capela dos Ossos).</li> <li>▪ Falta de financiamento para obras</li> <li>▪ Duração média de estada muito limitada.</li> <li>▪ Envelhecimento da população residente</li> </ul>

Fonte: elaboração própria

Quadro 33 - Os pontos fortes e fracos do turismo em Évora.



### VI.1.13 SANTARÉM



### VI.1.14 Noções históricas sobre a origem e o desenvolvimento da cidade

O território onde surge a cidade de Santarém foi habitado desde tempos muito antigos, tanto que os primeiros vestígios de ocupação datam no séc. VII a.C.

Com a conquista romana, a área situada num planalto na margem do rio Tejo foi fortificada em 138 a.C. por Decimo Bruto Julio, seguindo um esquema polinuclear inspirado pela irregularidade da topografia (Teixeira, 1994).

Estas circunstâncias facilitavam o controlo não só da navegação ao longo do rio mas também de uma ampla área de planície aluvial, caracterizada por solos férteis e um clima favorável, permitindo assim uma agricultura florescente. O *castrum* encontrava-se muito provavelmente na área do atual *Bairro do Porriero*. Neste local, como foi realçado por diferentes estudiosos, é fácil distinguir o quadriculado urbano, típico das cidades de fundação romana<sup>277</sup>.

O termo nativo, *Sq̄lab*, de origem obscura, foi interpretado pelos romanos como um topónimo e, portanto, traduzido para o latim em *Scallabis*. Mais tarde, em 61 a.C., Júlio

<sup>276</sup> Almeida Garret (1799- 1854) *Viagem na minha terra*.

<sup>277</sup> Como escreve Teixeira (1993, p. 375) «As marcas do planeamento urbano romano são ainda evidentes nalgumas cidades, como é o caso, entre outras, de Beja, Santarém ou Chaves».

César mandou ampliar a fortaleza, na época designada de *Scallabis Praesiduum Julium*, a qual, devido à sua posição geográfica e à presença do porto no rio Tejo, começou por ser um centro comercial e administrativo de importância considerável.

A cidade foi mencionada no *Itinerarium Antonini* como uma das mansiones da estrada militar que ligava *Olisippo* (a atual Lisboa) com *Bracara Augusta* (a atual Braga) (Alarcão, 1974). Com a queda do Império Romano do Ocidente, devastado pelas invasões bárbaras, também Scallabis foi ocupada por vários povos como os Alanos e os Vândalos, até à conquista em 460 por parte dos visigodos, sob o comando de Suerico.

A cidade, igualmente conhecida pelo nome corrupto de *Calabicastro*, após o martírio da Santa Iria (ou Santa Irene)<sup>278</sup> e a posterior conversão ao cristianismo por parte dos povos invasores no final do séc. VII, foi designada com o topónimo de Sancta Irena ou Sancta Herena, nome que foi arabizado a posteriori (Aruda, 1974).

Neste período, o aglomerado urbano era formado pelos seguintes núcleos:

- a cidadela fortificada;
- o centro urbano que surgia pouco distante da fortificação;
- o porto romano sobre o rio Tejo (chamado mais tarde de Alfange).

Durante este período, a cidade gozou de uma relativa autonomia político-administrativa, condição que terminou em 714, com a conquista do território por parte dos árabes.

Durante o domínio mouro, que durou até 1147 (cerca de quatro séculos), o nome da cidade foi traduzido em *Shantarin*<sup>279</sup> (Costa, 1974). Neste período, a cidade transformou-se numa típica cidade árabe, com ruas estreitas e sinuosas, que ainda hoje prevalecem em algumas áreas do centro histórico.

Os achados mais importantes deste período são dois capitéis preservados no Museu Arqueológico local, um datado por volta do século XI-XII, de estilo coríntio, possuindo uma inscrição de consagração e o outro, mais tardio, foi encontrado perto da igreja de São Salvador (Ludger, Gonçalves, Serrão, Beirante, 1994).

Durante a ocupação árabe da cidade, tornou-se novamente um importante centro militar e económico, sendo possível distinguir os seguintes polos urbanos (Tab. IV d):

- a Alcáçova<sup>280</sup>, coincidente com a atual fortaleza;
- a Medina localizada na atual área chamada Marvila;

---

<sup>278</sup> Segundo a lenda, o corpo martirizado da Santa apareceu nas margens do rio Tejo, perto da atual Ribeira, e daqui o topónimo referido à Santa, passando a designar o inteiro centro urbano.

<sup>279</sup> Conhecido também com outros topónimos como *Chantirein* ou *Xantarim*.

<sup>280</sup> Na arquitetura militar árabe, representa a zona mais alta e protegida da cidadela.

- as aldeias costeiras de Ribeira e Alfange com os seus portos fluviais.

Entre 1093 e 1111, a cidade fez parte do reino de Leão e por fim, em 1147, com o objetivo de alargar a fronteira até ao rio Tejo, Dom Afonso Henriques<sup>281</sup> conquistou Santarém, passando a cidade a acolher a Corte real, por várias vezes. O reforço das fortificações estava entre as maiores preocupações dos novos governantes; no séc. XIII e XV foram então construídas as muralhas, reforçando ainda algumas estruturas defensivas já existentes, como a Torre das Cabeças e as duas aldeias costeiras de Alfange e Ribeira. Tudo foi organizado num sistema unitário e de defesa mútua com ligações estradais para poderem resistir a possíveis ataques (Foto 52 e Tab. IV d).



Fonte: fotos próprias.

Fig. 52 As fotos mostram o poderoso sistema de defesa do castelo e a grande planície abaixo, facilmente controlada das arquibancadas.

Nessa altura, a população da cidade atingiu valores significativos para a época, tanto que se tornou a terceira maior cidade do país, vivendo o seu período de maior esplendor. A prosperidade económica determinada pelo comércio e pela agricultura induziu à

---

281 Uma fonte documental importante da captura da cidade é o manuscrito de um monge, intitulado «De Expugnatione Scalabis», publicado por Alexandre Herculano em 1856.

construção de edifícios notáveis, tanto religiosos como civis, que ainda hoje representam o orgulho da cidade e que caracterizam o seu rosto gótico.

Não sendo por acaso que atualmente Santarém é considerada a capital do gótico português, onde se destacam as obras: a *Capela de Nossa Senhora do Monte*, a *Capela do Santíssimo Milagre*, o *Convento de S. Francisco*, etc.. A *Fonte das Figueiras* é o único monumento gótico civil preservado, construído pelo rei Fernando I no último quarto do séc. XIV (Serrão, 1990).

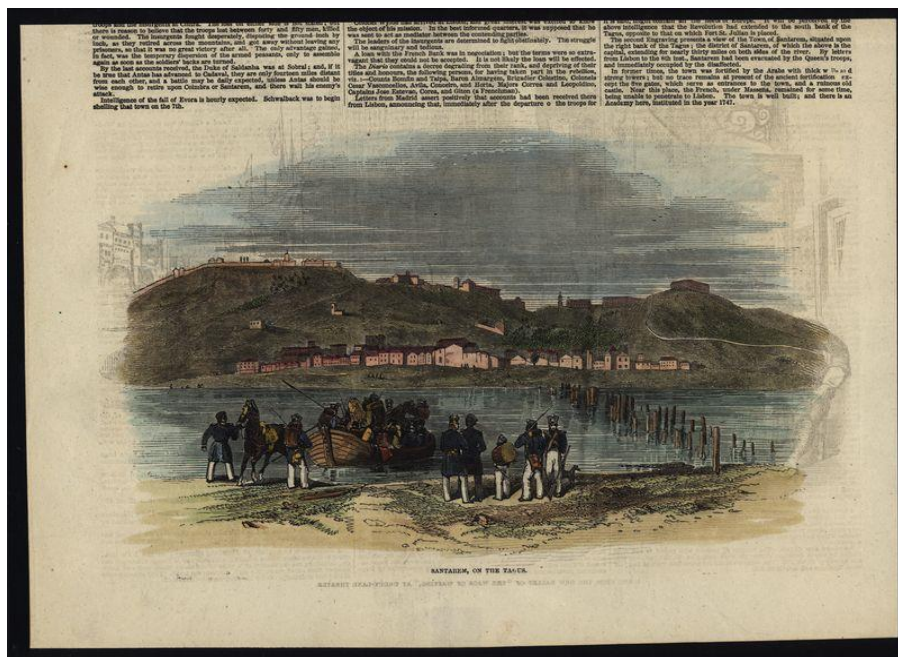
A importância da cidade na história da nação é também testemunhada pela proclamação de alguns governantes do país, nesta mesma localidade: em 1447 foi proclamado rei Dom João II, em 1540 foi D. António Prior do Crato, e, finalmente, em 1640, com a *Restauração*, Dom João IV começou a dinastia de Bragança.

Além disto, muitos homens de cultura e navegadores frequentaram a cidade, como Luís de Camões, Fernão Lopes Castanheda (autor da «História do descobrimento da Índia», importante documento histórico e geográfico difundido em toda a Europa), Pedro Álvares Cabral (descobridor do Brasil e que está enterrado na *Igreja da Graça*) e Martim Afonso de Melo (primeiro europeu que chegou à China por mar).

Desde o séc. XVIII, a cidade sofreu um declínio prolongado, devido à destruição causada pelo terrível terramoto de 1755 (que atingiu principalmente Lisboa) e às mais recentes devastações ocorridas durante as invasões napoleónicas (1807-1812) (Fig. 53). Devido à sua localização estratégica, Santarém foi naquele tempo, e por mais do que uma vez, uma base militar de grande relevância, primeiro do exército francês e, depois, entre 1810-1811, do Duque de Wellington, pertencente à facção oposta.

Um retrato interessante das condições sociais da cidade que remonta a esse período tempestuoso foi oferecido pelo médico escocês John Gordon Smith no livro *Santarém or sketches of manners and customs in the interior of Portugal* publicado em 1836. E ainda, algumas décadas depois, o famoso escritor Almeida Garrett (1799-1854), no seu romance *Viagem na minha terra* (1846) conseguiu habilmente descrever este espírito de lento declínio que afligia a cidade.





Fonte: [http://aminhasantarem.blogspot.it/2010\\_11\\_01\\_archive.htm](http://aminhasantarem.blogspot.it/2010_11_01_archive.htm). (último acesso 07.07.2015).

Fig. 53 - Santarém numa gravura do sec. XIX, durante as invasões francesas.

O século XIX viu mudar o antigo aspeto da cidade, especialmente com a instituição da República em 1910.

Numa primeira fase, podem-se destacar pelo menos dois elementos de grande transformação urbana: a extinção das Ordens religiosas, com a consequente nacionalização das propriedades da igreja (com alguns edifícios destruídos e outros demolidos) e a construção da ferrovia e da sua estação (1861)<sup>282</sup>.

A construção das linhas ferroviárias produziu duas consequências territoriais muito significativas: a divisão da povoação da Ribeira em duas partes e o corte da ligação milenar entre a cidade e o Tejo.

Além disso, a escala ferroviária representou um elemento de atração eficaz, útil para o nascimento de fábricas e de novas atividades de produção que incentivou a criação de bairros operários, como o *Bairro Laurentino*<sup>283</sup>, determinando a expansão da cidade para norte.

No entanto, a fase seguinte produziu outro tipo de ações, que se fizeram sentir com maior intensidade no centro histórico, como a abertura de novas estradas que melhoraram a circulação interna (ex. a construção da atual Av. António Maria Batista), a demolição parcial das antigas muralhas da cidade e de algumas portas urbanas e, por fim, o arranjo

<sup>282</sup> Trata-se da linha ferroviária Lisboa-fronteira espanhola (cf. CP-Comboios de Portugal e Público-Comunicação Social S. A. 2006, *Os Caminhos de Ferro Portugueses 1856-2006*).

<sup>283</sup> Destruido no final dos anos oitenta, entre várias controvérsias.

de estradas de ligação com a antiga fortificação, atualmente transformada num parque público (o atual Jardim das Portas do Sol) (Tab. IV d) .

Nas primeiras décadas do século XX, em conformidade com as grandes transformações urbanas das maiores cidades europeias (cf. parágrafo II.2.3), com o propósito de melhorar a travessia da cidade de leste a oeste, foram demolidas algumas construções, inclusivamente algumas de valor histórico, como o palácio do Conde de Unhão e o Paço dos Portocarreros, realizando dois eixos ortogonais de grande vocação comercial: Rua Teixeira Guedes - Rua Guilherme de Azevedo e Rua Serpa Pinto (Tab. IV d).

Ao longo destes dois eixos, estão presentes alguns dos edifícios mais representativos da cidade, como o Hotel Central (1916-1920), o Hotel Abidis (1944), a agência do Banco Nacional Ultramarino (1920) e o edifício dos Correios, Telégrafos e Telefones (1938).

A construção do edifício do Mercado Municipal em 1930, desenhado pelo arquiteto Cassiano Branco (entre os melhores arquitetos portugueses da época), marcou a mudança do centro urbano para fora da antiga cintura muralhada, em direção a espaços mais abertos, como o atual Campo Sá da Bandeira, Largo Amoreiras e Campo Chã das Padeiras.

Foi neste período que se realizou o restauro da Praça Marquês Sá da Bandeira, principal acesso ao centro histórico e a construção do Teatro Sá da Bandeira (1924), que continua a ser o centro da vida cultural da cidade.

Nos anos entre 1930-1960 a cidade expandiu-se para norte e para oeste, com a construção de novos bairros, como o *Bairro Salazar* situado numa zona elevada e panorâmica, mais tarde chamado de *16 de Março*, e mais a norte, o *Bairro S. Bento* (1943-1957), destinado a uma classe médio-alta que gradualmente abandonava as antigas casas do centro histórico.

Além destes acontecimentos, nestes anos a cidade dotou-se de um Plano de Urbanização (1948), elaborado pelo arquiteto João António de Aguiar e que, apesar de algumas revisões, ficou em vigor até 1993. A primeira revisão foi realizada em 1957, proporcionando a abertura de algumas estradas (as avenidas Afonso Henriques, Sacapeito e Eirinha) e a reconstrução do centro histórico segundo novos critérios.

Felizmente, esta última intervenção nunca foi efetuada. A segunda revisão, de 1964, preocupou-se principalmente pelas obras de urbanização, fundamentais para o desenvolvimento da grande explosão construtiva, sendo particularmente vigorosa após o 25 de abril de 1974.

Nos anos 70, houve uma lenta e gradual diminuição da população residente no centro histórico, com a pretensão de se deslocar para casas mais confortáveis e funcionais.

O antigo centro da Ribeira sofreu o mesmo destino, principalmente devido a causas relacionadas com a decadência das atividades do porto fluvial (Pando, Oliveira et al 2012).

#### **VI.1.15 Políticas de proteção do centro histórico e de promoção turística**

O debate sobre a necessidade de proteger o relevante património cultural da cidade despoletou, pelo menos, no último quarto do séc. XIX. Importantes estudiosos e letrados, como Garrett, Vilhena Barbosa, Possidónio da Silva e tantos outros, fizeram soar o alarme sobre o perigo de destruição do património histórico escalabitano, atribuindo a culpa à Câmara Municipal pela falta de políticas de proteção (Gabriel, 1998).

Em 1889, após a uma campanha pública de sensibilização, foi aberto o Museu Distrital (conhecido nos dias de hoje como *Museu dos Cacos*), que permitiu a recolha e a salvaguarda de todos os testemunhos históricos que se encontravam no território citadino. Com a implantação da República, também em Santarém foi instituída, em 1916, a *Comissão de Salvação dos Monumentos de Santarém* (ativa desde 1927), com o objetivo de identificar relíquias do passado, classificá-las e por fim, garantir a sua conservação no museu local. Finalmente, em 1949, publicou-se o primeiro inventário do património Monumental do Concelho de Santarém, contribuindo nos anos posteriores para o aumento do interesse público sobre o património citadino. Depois de algumas iniciativas culturais esporádicas, como exposições, recolhas de material bibliográfico, documentários sobre os testemunhos passado, criou-se, em 1978, já após a Revolução dos Cravos, a *Associação de Estudo e Defesa do Património Histórico – Cultural de Santarém* (AEDPHCS) que, entre tantas atividades, produziu o primeiro *Plano de Salvaguarda para o Centro Histórico* e um prémio anual intitulado de *Santarém cidade a defender*, a atribuir a quem se distinga na proteção do património edificado (Gabriel, 2004). Esta proliferação de iniciativas privadas contrasta com a inatividade da autarquia, que não produziu nada de significativo neste sentido.

Depois de numerosos apelos e denúncias por parte de vários órgãos da imprensa<sup>284</sup>, através de eruditos de diversas disciplinas, em 1989, a Câmara Municipal finalmente decide instituir o *Gabinete de Planeamento Municipal* (GPM) com o objetivo de gerir a forte atividade de construção civil que caracterizava aquele período da cidade (cf. parágrafo precedente), sendo, consecutivamente, aprovado o primeiro documento programático designado de “Postura Municipal do Centro Histórico”, com o fim de regulamentar a referida atividade no centro histórico e nas áreas circundantes.

Posteriormente, com o propósito de produzir um instrumento de programação de salvaguarda mais eficaz, foi instituído, em cada ano (e posteriormente prolongado), uma equipa de profissionais das mais variadas disciplinas, o *Gabinete Técnico Local* (GTL), que se encarregava de produzir o *Plano de Salvaguarda e Valorização da Mouraria de Santarém* (Gabriel, 2004).

Mais recentemente, tal unidade operativa foi incluída na *Divisão dos Núcleos Históricos*, que intervém também nos outros centros históricos do concelho (Ribeira, Alfange), atuando com políticas de proteção e valorização mais incisivas e apropriadas.

A vontade de dar uma nova luz e de valorizar o rico património citadino foi particularmente vivo na última década do séc. XX, motivando todos os grupos sociais da comunidade, tanto que em 1990, formulou-se um protocolo de colaboração entre o Município e a Associação de Estudo e Defesa do Património Histórico Cultural de Santarém, para conseguir a entrada do núcleo histórico escalabitano na WHL.

De facto, como escreve Custódio (1996, p.8): «Os passos necessários a uma Candidatura a Património Mundial, para além da comprovação científica que justifique a universalidade, excepcionalidade e autenticidade de um bem natural ou cultural são: o aval da sociedade civil e o reconhecimento das instâncias culturais e políticas do país; a entrega do formulário de candidatura à Comissão Nacional da UNESCO, para inscrição do bem na Lista Indicativa; a entrega do processo de classificação depois de totalmente instruído e documentado fotográfica e cartograficamente; acompanhar de forma técnica e política a Candidatura apresentada e esperar o veredicto dos técnicos do ICOMOS (no caso dos Monumentos, Sítios e Centros Históricos) e do Comité da UNESCO, não sem que se possa recolher sugestões e propostas de alteração enquadráveis na lógica e natureza dessa candidatura», sublinhando que a inscrição na WHL pode ser um instrumento de salvaguarda, não só do património mas, também, do ambiente, que deveriam ser protegidos da forte agressão por parte da indústria de construção.

---

<sup>284</sup> Em particular refere-se ao artigo de Jorge Custódio, publicado em 1987, no jornal *O Ribatejo* designado de: *Património e Cultura*.



Para director do projecto foi encarregado o Prof. Jorge Custódio<sup>285</sup> e, em 1998, o dossier foi entregue à Comissão Nacional UNESCO. Em 2000, como consequência de uma visita de inspeção por parte dos peritos do ICOMOS, foi elaborado um parecer negativo e com o intuito de evitar uma deplorável reprovação a candidatura foi formalmente suspensa<sup>286</sup>.

Atualmente, como se verifica no site oficial da Câmara Municipal, existe ainda a vontade de retomar o processo de inscrição na WHL<sup>287</sup>. Entretanto, a Câmara Municipal iniciou, em 2010, uma revisão do PDM<sup>288</sup>, com uma visão estratégica composta por três cenários possíveis<sup>289</sup>:

- Santarém, polaridade turística: o cenário consiste no reforçar da oferta turística nas áreas envolventes à cidade, procurando valorizar todos os recursos ambientais e culturais presentes no território (como por exemplo, os famosos produtos agrícolas locais, a proximidade com Fátima), tendo em consideração o aumento da procura do turismo cultural;
- Santarém, polaridade urbano-turística: baseia-se na atratividade do património artístico da cidade. Tal opção deve, necessariamente, providenciar uma política ativa de recuperação do centro histórico;
- Santarém, polaridade urbana funcional e económica: refere-se à boa qualidade dos produtos agrícolas, atraindo também o importante papel formativo da Escola Superior Agrária.

Claro que o PDM é um instrumento de planeamento à escala do concelho, pelo que é insuficiente para intervir no centro histórico. Contudo, estão igualmente a ser aplicadas várias medidas preventivas que decorrem do processo de classificação do centro histórico, em curso, que pressupõe a elaboração do Plano de Salvaguarda.

---

<sup>285</sup> Não obstante os poucos dados disponíveis, o trabalho durou três anos: «Foram produzidas e digitalizadas cinquenta cartas geográficas e históricas, ao todo, no âmbito da Candidatura e quarenta para o Plano de Salvaguarda e Valorização do Centro Histórico. A nível fotográfico fizeram-se para cima de 1.500 diapositivos de vários tamanhos e várias centenas de fotografias num dos primeiros levantamentos sistemáticos do centro Histórico e dos Monumentos da cidade, sem falar nas imagens realizadas para apoio do inventário do património móvel. Encomendou-se um vídeo» (Custódio, 1996, p.5).

<sup>286</sup> «...o início de 2000 a cidade foi visitada por um perito do Concelho Internacional de Monumentos e Sítios (Icomos), organização de consultoria da UNESCO. Dessa única visita resultou um parecer, elaborado por outro relator, considerando que Santarém "não pode ser considerada como tendo um valor universal excepcional". O centro histórico escalabitano não resistiu à comparação com Roma, Florença, Santiago de Compostela ou Salamanca. A candidatura acabou por ser suspensa, para evitar que esta fosse chumbada. » *Público* 03.06.02

<sup>287</sup> Cf. Resposta nº 8 Entrevista 4QMst.

<sup>288</sup> Cf. Resposta nº 4 Entrevista 4QMst.

<sup>289</sup> Revisão do Plano Diretor Municipal de Santarém, Relatório do Modelo Estratégico 2012 (<http://pdm.cm-santarem.pt/images/pdf/revisaopdm/RMEF.pdf> (último acesso 20.05.2015)).

Estas medidas preventivas criam dificuldades burocráticas que dificultam o processo de intervenção, pelo que é urgente a conclusão do Plano de Salvaguarda<sup>290</sup>.

Por outro lado, em 2013, criou-se o projeto *Área de Reabilitação Urbana do Planalto de Santarém*, promovendo a iniciativa de recuperação urbana, incluindo atividades de promoção e valorização turística<sup>291</sup>. A par do resgate de uma boa parte das edificações públicas com particular destaque para o património monumental (igrejas), o município fez também um grande esforço na requalificação do espaço público, tendo, nos últimos anos, recuperado os principais jardins da cidade que circundam o centro histórico (o Jardim da Liberdade, o Jardim da República e o Jardim das Portas do Sol<sup>292</sup>, mas, em geral, a situação caracteriza-se por ainda a escassez de alojamento e restauração<sup>293</sup> mas sobretudo moram poucas pessoas. Houve, no passado, uma política de aumento de novas construções fora do centro; por isso, o centro foi abandonado<sup>294</sup> (Tab. IV d).

As atividades de valorização turística prevêm, também a organização de eventos, em grande parte ligados à valorização dos produtos agrícolas da zona, planificando vários festivais gastronómicos durante o decorrer do ano, mas são ainda pouco integrados com outras formas de oferta turística<sup>295</sup>. Uma outra iniciativa extremamente válida foi a de ter impulsionado o *Caminho de Fátima*<sup>296</sup>, um itinerário que liga a visita à cidade com o santuário mariano, sendo uma eficaz proposta, a de unir o turismo religioso com o cultural.

O Quadro 34 mostra as principais atrações turísticas no centro histórico de Santarém.

---

<sup>290</sup> Cf. Entrevista n° 4 e 5 Entrevista 4QMst.

<sup>291</sup> <http://centrohistorico.cm-santarem.pt/images/pdf/Planalto/planalto4.pdf> (último acesso 20.05.2015).

<sup>292</sup> Cf. Resposta n° 6 Entrevista 4QMst.

<sup>293</sup> Cf. Resposta n° 10 Entrevista 4QMst.

<sup>294</sup> Cf. Resposta n° 7 Entrevista 4QCst.

<sup>295</sup> Cf. Resposta n° 2 Entrevista 4QCst.

<sup>296</sup> [www.cm-santarem.pt](http://www.cm-santarem.pt) (último acesso 20.05.2015).

NOME	DESCRIÇÃO
Igreja de Santa Clara	Construída na metade do séc. XIII, é um edifício importante dentro do estilo gótico. Apresenta no seu interior colunas e capitéis esculpidos, vitrais e uma bela rosácea na fachada.
Convento de S. Francisco	Construído em 1242, durante o decorrer da história sofreu diversas modificações e restauros. Foi reaberto em 2009, após importantes obras de recuperação.
Fonte das Figueiras	É a única obra pública datada do séc. XIII e é ornamentada com escudos e armas reais e da cidade.
Igreja de Nª Senhora da Piedade	Edificada no séc. XVI para comemorar a vitória portuguesa na Batalha, durante a guerra da Restauração. Apresenta uma fachada maneirista e um interior com formas barrocas.
Igreja da Nª Sª da Conceição (Seminário)	Construída a partir só séc. XVII sobre as ruínas do Paço Real. Possui uma fachada maneirista e o seu interior é decorado com o estilo barroco. Atualmente é a Catedral de Santarém.
Torre das Cabeças / Museu do Tempo	É um edifício que pertence à antiga muralha citadina. No séc. XV foi adaptada à torre do relógio, sendo uma das primeiras construções do género em Portugal. Atualmente, acomoda o Museu do Tempo.
Igreja de Nª Senhora de Marvila	Representa um dos exemplos máximos da construção em estilo manuelino, em Santarém. No seu interior, encontra-se um notável revestimento de azulejos.
Igreja de S. João de Alporão/Núcleo Museológico de Arte e Arqueologia	Construída no séc. XII, na sequência da conquista da cidade por parte de D. Afonso Henriques, é um bom exemplo da arquitetura românica.
Igreja da Misericórdia	Construída com traços renascentistas, o seu interior está dividido em três naves com colunas de ordem toscana. A fachada em estilo barroco foi realizada após o terramoto de 1755.
Casa do Brasil	É uma construção setecentista, da qual surge a estrutura que constituía a habitação da família de Pedro Álvares Cabral. Acolhe, desde 1996, um espaço expositivo sobre a relação entre Santarém e a época dos Descobrimentos.
Igreja de Nª Senhora da Graça	Construída entre o séc. XIV e o séc. XV é o mais interessante exemplo gótico da cidade. Conserva no seu interior os restos mortais de Pedro Álvares Cabral.
Casa Museu Passos Canavarro	Surge sobre o mesmo local onde estava edificado o antigo Paço de D. Afonso Henriques. A atual construção, de 1841, foi a residência de Passos Manuel, rica em mobiliário, quadros, porcelanas etc.. Foi referida por Almeida Garrett, no seu célebre e já referido livro <i>Viagens na minha Terra</i> .
Igreja de S. Estevão/Santíssimo Milagre	Reconstruída no séc. XVI com formas renascentistas, no seu interior possui uma capela do séc. XIII, onde se conserva as relíquias do Milagre, objeto de veneração e peregrinação.
Jardim Porta do Sol	Corresponde ao lugar onde estava a antiga Alcáçova da época moura. Conserva ainda, na sua íntegra, a cerca de muralhas com a Porta do Sol, gozando de um panorama único.
Centro Museológico Urbi Scallabis	Este espaço museológico acolhe todos os achados arqueológicos das diferentes épocas, encontrados no território urbano.

Fonte: elaborado pelo autor.

Quadro 34 - Principais atrações turísticas no centro histórico de Santarém.

### VI.1.16 Fluxos turísticos

Os fluxos turísticos são de 2002-2012. Nos gráficos, foram evidenciadas as chegadas e as dormidas turísticas, reportadas no Anexo VIII d.

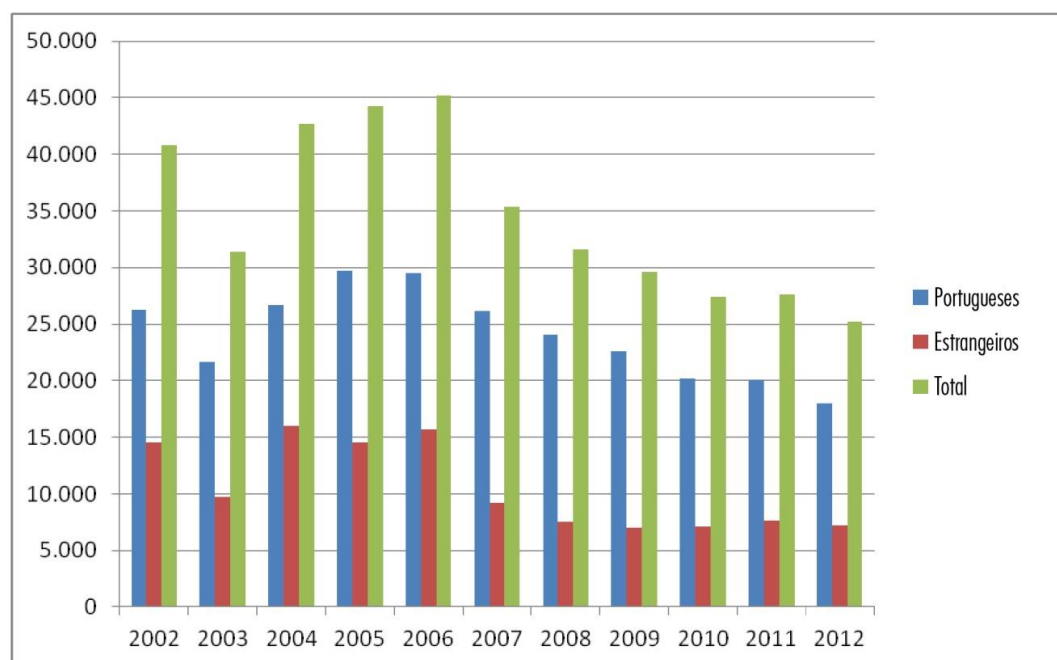


Fig. 54 - Chegadas a Santarém nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros (nº).

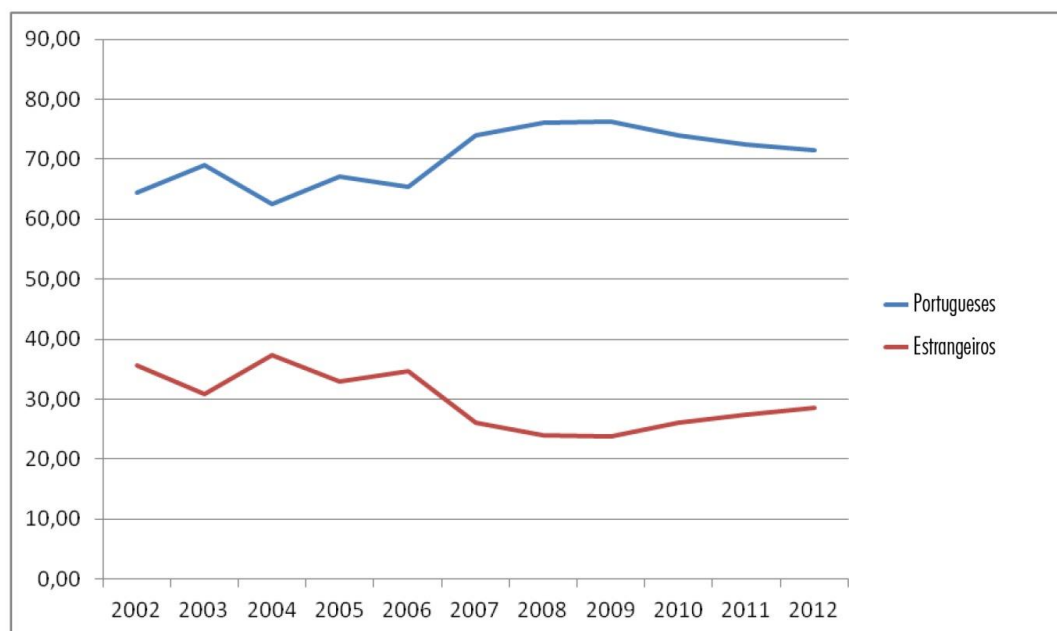


Fig. 55 - Chegadas a Santarém nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros (%).

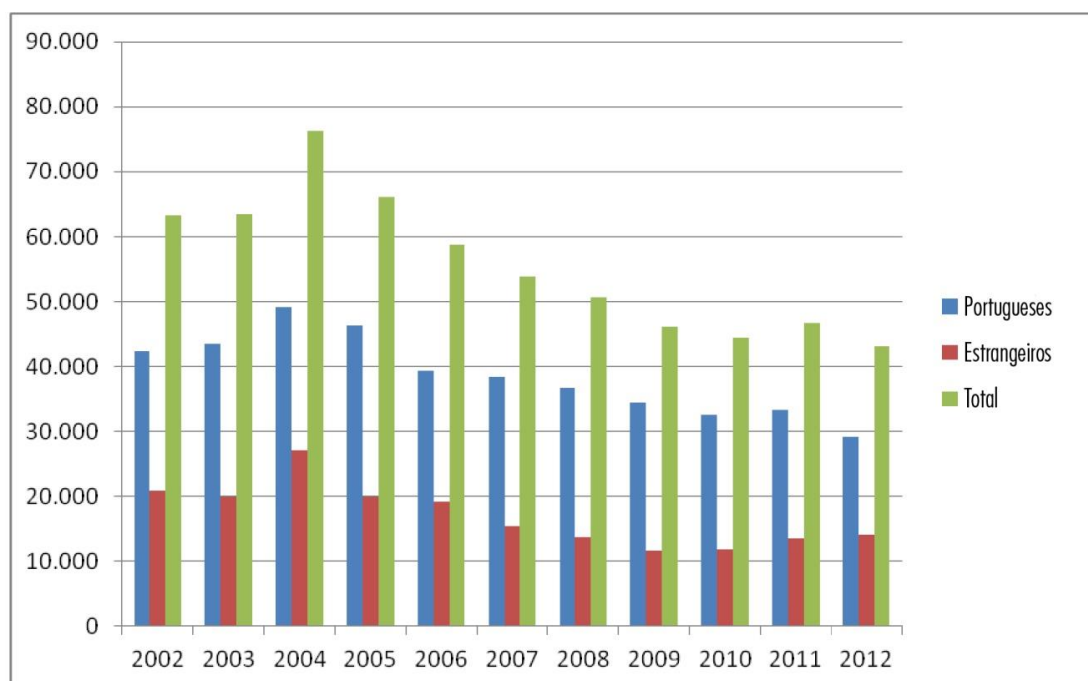


Fig. 56 - Dormidas em Santarém, nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros (nº).

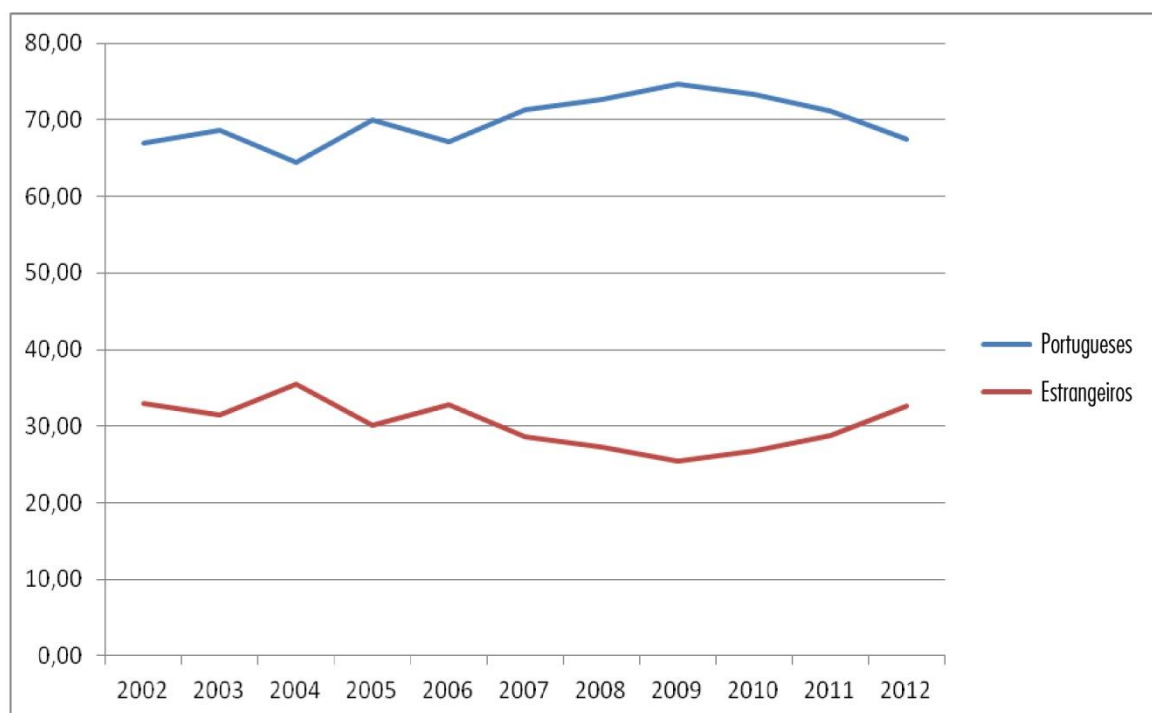


Fig. 57 - Dormidas em Santarém, nos anos 2002-2012, de portugueses e estrangeiros (%).

Os fluxos turísticos com destino a Santarém são ainda valores limitados. As chegadas têm um comportamento crescente até 2006 (excepto 2003), prosseguindo com valores decrescentes até 2012.

As chegadas tiveram em 2004 um máximo absoluto, enquanto em 2012 registou-se o valor mais baixo. O número de estrangeiros é consideravelmente inferior, quando comparado com o número de portugueses, tendo estes últimos uma percentagem com o valor superior a 62,59% (Fig. 54 e 55).

As dormidas parecem destacar-se do comportamento das chegadas; de facto, existe uma primeira fase de crescimento substancial até 2004, para depois diminuir até 2011. As dormidas de portugueses são claramente predominantes, com percentagens superiores a 60% (Fig. 56 e 57). A duração média da estadia para os portugueses é de 1.6 dias e, para os estrangeiros, de 1.8 dias.

Apesar da presença de um rico património cultural e ambiental da cidade ainda parece pouco atractiva, por isso precisa de políticas mais significativas<sup>297</sup>. A possível inscrição na WHL pode representar o início de um caminho virtuoso neste sentido<sup>298</sup>.

Do ponto de vista comercial, a cidade apresenta um centro histórico com pouco residentes, apesar da animação organizada por algumas período do ano (por exemplo o Natal) ainda não consegue de assumir um papel atractivo<sup>299</sup>.

Propõe-se a seguir (Quadro 35) uma quadro-resumo com os pontos fortes e fracos do turismo na cidade.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessante património histórico e monumental de relevo nacional.</li> <li>▪ Recursos enogastronómicos de grande qualidade.</li> <li>▪ Proximidade com Lisboa.</li> <li>▪ Proximidade com o Santuário de Fátima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Centro histórico ainda pouco valorizado.</li> <li>▪ Políticas de regeneração do centro histórico pouco incisivas.</li> <li>▪ Nenhuma forma de integração entre as diversas formas de turismo</li> <li>▪ Perda de habitantes no centro histórico</li> </ul>

Fonte: elaboração própria.

Quadro 35 - Os Pontos fortes e os pontos fracos do turismo em Santarém.

<sup>297</sup> Cf. Resposta n° 11 Entrevista 4QMst.

<sup>298</sup> Cf. Resposta n° 9 Entrevista 4QMst; Resposta n° 6; Entrevista 4QCst.

<sup>299</sup> Cf. Respostas n° 4 e 7 Entrevista 4QCst.

Santarém exhibe um potencial de crescimento turístico de grande interesse. Para além do seu património histórico-artístico, a cidade está situada na proximidade de Fátima, que representa um dos maiores polos turísticos de todo o país.

No entanto, há que sublinhar que as políticas de regeneração urbana são ainda limitadas, mas sobretudo lamenta-se a falta de integração entre as várias formas de oferta turística<sup>300</sup>.

---

<sup>300</sup> Cf. Resposta nº 2 Entrevista 4QCst.

## VII. COMPARAÇÃO DAS ENTREVISTAS AOS ATORES NACIONAIS, REGIONAIS E LOCAIS.

Neste capítulo serão examinadas e comparadas as várias entrevistas realizadas. Esta investigação empírica, conjugada com a pesquisa documental, ajudar a caracterizar, individualmente, o turismo de uma cada uma das cidades estudadas, tanto do ponto de vista qualitativo como quantitativo.

Como já foi escrito na Metodologia, na Introdução, para uma melhor compreensão dos casos de estudos, foram organizadas entrevistas com figuras representativas do setor do turismo. No capítulo anterior, foram tratados os critérios seguidos.

A razão para esta comparação entre os vários atores entrevistados está ligada a uma melhor compreensão das questões objeto de estudo nesta tese.

Serão comparados, em primeiro lugar, as entrevistas ao nível nacional (as duas comissões UNESCO Nacional); de seguida, ao nível regional (as Regiões Toscana, Lazio, sem a ERT Alentejo, como se referiu) e, finalmente, ao nível local (vereadores municipais e representantes das associações comerciais).

Foram criadas doze quadros. Na primeira coluna, são resumidas as respostas e, nas colunas posteriores, com um esforço de síntese, estão destacados os pontos mais significativos das mesmas. Tentámos, tanto quanto foi possível, ser fiéis ao texto original (em anexo), de forma a evitar interpretações erróneas que pudessem afetar a qualidade da comparação.

Junto a cada quadro, há um comentário sobre os assuntos de comparação.

- 1) Comparação de entrevistas representantes da UNESCO Itália e da UNESCO Portugal (Quadro 36).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	UNESCO Itália	UNESCO Portugal
1	A importância do turismo no trabalho da Unesco	O turismo é entendido como forma de promoção da cultura e de valorização de recursos úteis para o desenvolvimento do património; representa, portanto, um setor estratégico. A UNESCO trabalha com vários projetos para um melhor conhecimento de todos do património tangível e intangível, incluído na Lista. Mais educação vai levar ao aumento do turismo responsável para os sítios da	Por Estatuto, não há uma relação direta nas questões relacionadas com o turismo, mas há boas relações com o Turismo de Portugal. Em Portugal, geralmente são as CM que têm a gestão dos sítios classificados pela UNESCO e elas que fazem a respetiva a promoção. Porém, recentemente, há alguns projetos ligados à promoção turística.



		UNESCO.	
2	A relevância para as cidades de possuírem o seu centro histórico incluído na Lista do Património da UNESCO.	<p>Há uma diferença entre as grandes cidades e as pequenas e as médias cidades. Por exemplo, no caso de Roma, cujo centro histórico é património da UNESCO, os seus monumentos são bem conhecidos em todo o planeta, a atração turística devida à inscrição na lista da UNESCO afeta muito pouco.</p> <p>Para as cidades pequenas e médias, tais como Ferrara, San Gimignano, Matera, etc., a inclusão na lista da UNESCO tem um efeito substancial em termos de atração de fluxos turísticos.</p> <p>Quase todas as cidades italianas merecem a inclusão na Lista da UNESCO, isso pode ser, certamente, uma mais-valia.</p>	<p>Em termos turísticos, a Marca da UNESCO pode ser entendida como uma acreditação turística, e pode atrair mais pessoas.</p> <p>Claro que nem todas as cidades podem pedir a inclusão na Lista da UNESCO.</p>
3	Há uma relação entre a inclusão na Lista do Património da UNESCO e aumentos significativos no fluxo de turistas.	Provavelmente sim. A inscrição para a lista do património da UNESCO tem, com certeza, importância turística.	Em 2014, a Comissão Nacional da UNESCO–Portugal publicou um estudo sobre o valor económico da ligação às redes da UNESCO em Portugal. Em particular, no capítulo V, é feita uma análise económica dos custos e benefícios da ligação às redes da UNESCO. Entre outros, são abordados aspetos como a duração e os custos dos processos de candidatura às diversas classificações, os custos da chancela Unesco, etc
4	Se há um estudo promovido pela Unesco sobre o impacto no turismo da marca UNESCO	Em 2011, a Comissão Unesco de Itália encarregou ao IULM (Universidade de Línguas e Comunicação de Milão) um estudo intitulado <i>O valor da marca Unesco</i> . Este estudo analisa a reputação da marca Unesco no imaginário coletivo.	<p>Não há um estudo específico. Mas no âmbito do programa <i>Unesco World Heritage e Sustainable Tourism</i> (<a href="http://whc.unesco.org/en/tourism/">http://whc.unesco.org/en/tourism/</a>) há um <i>focus area</i>: itinerários do património.</p> <p>O objetivo desta área de trabalho é a realização de uma plataforma <i>consumer friendly</i> e um conjunto de itinerários temáticos para o desenvolvimento do turismo sustentável na Europa.</p> <p>Este projeto visa favorecer melhores condições gerais nestes sítios para atrair mais investimentos no âmbito do</p>

			turismo sustentável. É uma forma de promoção do turismo sustentável nos sítios Unesco.
5	Consequências da inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico para: a) qualidade de vida; b) fluxos turísticos; c) comércio; d) acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística.	a) Depende muito da sensibilidade dos governos locais b) Nos centros históricos de grandes cidades, o fenómeno é menor, mas é maior nas cidades médias ou pequenas; c) O maior fluxo turístico devido a uma maior visibilidade leva ao crescimento económico; d) não responde.	a) Em geral, a qualidade de vida aumenta, mas há algumas questões ligadas à limitação da atividade de construção. Por exemplo, em Guimarães, com o centro histórico incluído na Lista da UNESCO, o interior do tecido urbano é considerado como um monumento nacional. Simples obras, como abrir uma janela ou arranjar uma garagem, precisam de um percurso burocrático enorme, que leva um maior custo. Pelo contrário, os prédios que surgem no centro histórico registam um aumento do valor. b) Sim, com certeza aumentam c) Em geral, aumenta. d) não responde.
6	A sua opinião sobre o aumento geral do nº de sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO	Além do nacionalismo (a corrida pelos vários estados para incluir mais locais nas listas), isto significa que há uma atenção maior e orgulho no seu património. Eu acredito que devemos ter mais cuidado a para propor novas entradas, mesmo se os critérios de admissão sejam já muito rigorosos.	Em geral, as pessoas acham que é mais importante inscrever na Lista e dizer que fazem parte do UNESCO do que pensar a proteger o sítio. A convenção UNESCO é para proteger o património mundial e não há subsídios diretos.

Fonte: elaboração própria

Quadro 36 - Entrevistas dos representantes da UNESCO Itália e da UNESCO Portugal.

Na primeira pergunta, o tema é sobre a importância do turismo nas atividades das Comissões Nacionais da UNESCO. Ambas as Comissões esclarecem que o turismo não é um tema direto de interesse. Obviamente, tem ligações com a promoção cultural. Neste sentido, a Comissão Italiana aponta para que, no contexto da educação (que é um tema de interesse das Comissões, como observado nos capítulos anteriores), a promoção para a sustentabilidade inclui, também, o turismo sustentável.

A segunda pergunta é sobre a importância, para as cidades, de terem um centro histórico incluído na lista da UNESCO. A Comissão Italiana reconhece que muitas cidades italianas merecem essa classificação, mas faz uma distinção. As cidades maiores, mais famosas (Roma, Nápoles, etc), já são bem conhecidas, por isso a marca da UNESCO acrescenta

muito pouco o valor de conhecimento. A questão é muito diferente para as pequenas e médias cidades, para as quais a marca da UNESCO pode ser um meio eficaz de promoção. A Comissão Portuguesa, por outro lado, refere que a promoção turística dos sítios da UNESCO é de competência municipal. Deve-se reconhecer, no entanto, que a Comissão italiana tem mais experiência, devido à grande quantidade de bens inscritos (o número mais alto no mundo), portanto, é capaz de fazer mais diferenças entre os sítios listados. O comentário parece correto, mesmo para as cidades médias e pequenas. Como vimos anteriormente, a marca UNESCO não é uma garantia de desenvolvimento do turismo, existem outras variáveis a considerar.

A terceira pergunta trata da relação direta entre a inscrição na lista da UNESCO e o consequente aumento dos fluxos turísticos. A Comissão Portuguesa relata um estudo encomendado a Rebelo (2014), sobre o valor económico da inclusão na lista da UNESCO. O estudo visava demonstrar, em face do investimento económico sustentado para inscrição na lista da UNESCO, quais são as consequências económicas diretas ou indiretas obtidas<sup>301</sup>.

A quarta pergunta tenta indagar sobre se as Comissões UNESCO promoveram estudos sobre o valor turístico da marca da UNESCO. A Comissão Italiana respondeu que promoveu um estudo sobre o valor da marca da UNESCO (2012), através um estudo de uma amostra de inquiridos sobre a reputação da marca UNESCO. A Comissão Portuguesa esclareceu que não há um estudo específico, mas referiu um link no site da UNESCO, onde se promove o turismo cultural dos vários sites, também para atrair novos investimentos. Ambas as Comissões demonstraram atenção para esta temática, muito embora os estudos específicos nessa área sejam escassos e fragmentários.

A quinta pergunta aborda, em particular, se a inscrição na Lista do Património Mundial pode produzir efeitos sobre a qualidade de vida dos cidadãos, sobre os fluxos turísticos, e um eventual acesso a fundos públicos e privados no desenvolvimento urbano e turístico.

Ambas as Comissões responderam que, não obstante a falta de dados científicos, a opinião, em geral, é a de que há um aumento da qualidade de vida, dos fluxos turísticos e do comércio. Não responderam sobre a questão do acesso a fundos públicos e privados,

---

<sup>301</sup> O estudo em questão explica que a determinação do valor económico do património inscrito na lista da UNESCO implica a quantificação monetária de custos e benefícios. Se a determinação dos primeiros não apresenta sérias dificuldades no seu cálculos, o mesmo não sucede com os benefícios, consequência da característica de bens públicos que normalmente este tipo de bens exhibe, como os efeitos de *spillover*. Os efeitos de *spillover* podem ser distinguidos em externalidades na produção e externalidade no consumo. As primeiras referem-se a efeitos positivos decorrentes do do produto e o uso do parimónio como, por exemplo, ao nível de turismo, regeneração patrimonial, criação de emprego e desenvolvimento regional. As externalidades no consumo refletem os benefícios decorrentes da existência ou uso do bem para a sociedade como um todo, como o fortalecimento de identidade nacional, de educação, efeitos positivos de crescimento de investigação sobre o bem em causa (Rebelo et al. 2014).

sendo um assunto alheio às suas atividades. Isso mais uma vez demonstra a escassez de estudos nesta área, uma lacuna que deve ser preenchida.

A sexta e última pergunta discute sobre o aumento das inscrições para Lista da UNESCO registado nos últimos anos. Ambas as Comissões salientaram a importância do objetivo final da Lista, que muitas vezes pode ser mal interpretado (Comissão Portuguesa). Pede-se um maior rigor nas inscrições, que muitas vezes respondem mais as lógicas políticas do que as culturais (Comissão Italiana). Sobre este assunto, as duas Comissões revelaram claramente quais são as motivações latentes e os perigos de um aumento exponencial no número de matrículas.

## 2) Respostas da Agencia Regional Toscana Promozione (Quadro 37).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	Agencia Regionale Toscana Promozione
1	As principais actividades da Agência	a) Promoção do turismo da Região da Toscana, através da participação em eventos e feiras do setor; b) organização de reuniões entre a oferta turística regional e a procura nacional e internacional. A promoção do território está focada em mercados específicos e sobre um alvo preciso; c) Reuniões entre vendedor e comprador;
2	As principais atividades de promoção turística realizadas na área Siena/Évora.	Reuniões com representantes institucionais e privados, para desenvolver ações sinérgicas para a promoção de Siena nos mercados internacionais.
3	O fluxo turístico para a região, em termos de quantidade, qualidade, dificuldades ...	Em termos de quantidade, a Região da Toscana, com 12.000 chegadas e 42.000 dormidas, é a terceira região italiana em termos de fluxos turísticos estrangeiros (2015). Em termos de qualidade, está funcionando muito bem no segmento social médio-alto, especialmente nos países emergentes (e especialmente os países do BRIC). A ideia básica é tentar de retirar a sazonalidade do turismo para a Região. Há um pico nos meses de verão e tudo isto nos leva a dar mais atenção às pessoas com mais de 55 anos, que têm mais tempo livre e bom poder de compra. Outro problema é o da distribuição desigual dos fluxos turísticos, que se concentra nas mais conhecidas cidades do património e ao longo da costa, e as ilhas.
4	Eventuais formas de colaboração com a UNESCO na promoção	Não há colaboração formal. Porém, há três anos temos desenvolvido um projeto de promoção e comunicação, através da participação em feiras do

	turística dos centros históricos incluídos na Lista do património do UNESCO.	setor turístico, tais como a próxima WTE (Expo Mundial do Turismo, a exposição internacional de turismo da cidade e sítios do Patrimônio Mundial), em Pádua, de 23 a 25 de setembro de 2016, e a publicação de catálogos ilustrativos destinados a esses eventos.
5	Consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico: a) qualidade de vida; b) Fluxos turísticos: c) Comércio: d) Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	a) O compromisso do governo municipal para o cuidado nas cidades do património UNESCO certamente tem implicações positivas em termos de qualidade de vida dos cidadãos; b) A inclusão na Lista do património pode melhorar os fluxos turísticos, em termos de quantidade e qualidade; c) Um aumento dos fluxos turísticos leva a melhores condições para o comércio d) Sim, há uma maior atenção
6	A inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico de Siena/Évora se representa um fator de atração turística para a Região.	Sim, é. A marca UNESCO é, definitivamente, vista como uma marca de qualidade por turistas especialmente estrangeiros. Foi recentemente publicada, pela Agência, uma brochura que mostra todos os sítios da UNESCO da Região (também as vivendas dos Medici, última classificação da UNESCO).
7	Eventuais formas de colaboração entre os sítios da UNESCO da Região.	Há um escritório da UNESCO da Região da Toscana, Que surgiu com a entrada das <i>Ville dei Medici</i> na Lista do Património da UNESCO, que visa criar uma rede entre as villas (são 16 localidades). Não há forma de comparação para os sítios da Unesco. Há uma associação italiana de cidades e sítios do património da Unesco, o presidente <i>por-tempore</i> é o presidente da Câmara Municipal de San Gimignano. O problema básico é que, ao nível regional, existem muitos sujeitos, o que torna difícil organizar a comunicação e diálogo.

Fonte: elaboração própria.

Quadro 37 - Respostas da Agenzia Regionale Toscana Promozione.

Como explicado anteriormente, não foi possível obter resposta da ERT Alentejo, pelo que se comentam as respostas da Agência Regional Toscana de Promoção.

Esta tem um estatuto de autonomia, embora faça parte da Região de Toscana. As principais atividades estão relacionadas com todos os aspetos organizacionais de promoção territorial e do turismo.

Na segunda questão (principais atividades de promoção), a Agência realiza encontros diretos com instituições locais e privadas, a fim de incentivar a atividade de promoção. Na prática, corresponde aos critérios da direção e coordenação das atividades de promoção territorial local.

A terceira pergunta é sobre a quantidade e a qualidade do turismo para a região. A região da Toscana, pelo seu património artístico e natural, é a terceira região italiana mais visitada. Estão em crescimento, especialmente, os turistas dos BRIC (Brasil, Rússia, Índia, China), mas ainda existem algumas deficiências, tais como a duração média de estada estar demasiado limitada, concentração dos fluxos em algumas áreas (costa, ilhas e cidades de arte) e em períodos do ano (verão). As políticas regionais, portanto, tendem a um fortalecimento do segmento médio-alto dos idosos (também em relação à abundância de banhos termais e spa) que têm mais tempo e mais poder de compra.

A quarta pergunta tem a finalidade de saber se existem formas de cooperação com a UNESCO. A resposta esclarece que há colaborações indiretas, tais como a impressão de materiais promocionais dos sítios da UNESCO na região e a participação em feiras do setor, tais como aquela organizada em Pádua no mês de outubro de 2016.

A quinta pergunta é sobre se a inscrição na lista da UNESCO pode produzir um benefício em termos de qualidade de vida, aumentar os fluxos turísticos e o comércio e, por fim, se dá acesso a fundos públicos e privados para a regeneração urbana e turismo. A resposta é afirmativa, mas faltam informações que ajudem a classificar esse impacto.

A sexta pergunta é muito relevante: a inclusão na lista da UNESCO é utilizada na promoção turística da região. A resposta é positiva, sendo inequivocamente aceite que a UNESCO tem um valor de qualidade, especialmente para os turistas estrangeiros. Por isso, foi realizada uma brochura de todos os sites da UNESCO na região. Isso demonstra que os sites da UNESCO constituem um índice de “qualidade territorial” e que contribui para atrair mais turistas.

A sétima e última pergunta tem a finalidade de saber se existem relações diretas com a Unesco. A resposta esclarece que não existe uma relação direta, mas sublinha-se o importante papel que têm as redes de sítios da UNESCO. Neste caso, a Associação das Cidades da Unesco representa uma plataforma útil para o contato entre as instituições locais e a UNESCO, a fim de melhorar o conhecimento da oferta turística do país.

3) Respostas da Agenzia Regionale del Turismo del Lazio (Quadro 38).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	Agenzia Regionale del Turismo Regione Lazio
1	As principais atividades da Agência.	<p>A Agência não é um órgão independente, depende da Região do Lazio</p> <p>a) Esta Agência é responsável pela execução de atividades técnicas e operacionais de interesse regional no âmbito do turismo, de acordo com as orientações das diretivas e programas da Região do Lazio;</p> <p>b) Realiza campanhas promocionais e atividades de comunicação de interesse regional</p> <p>c) Organização e participação em feiras e eventos turísticos, no sentido de promover a região e especialidades da região;</p> <p>d) executa atividades de monitoramento e apoio à avaliação do "impacto das políticas de turismo" no território regional.</p>
2	As principais atividades de promoção turística realizadas na área de Viterbo/Santarém	<p>Para a área de Viterbo foram realizados alguns eventos para os maiores jornalistas do setor. Foram tratadas as seguintes questões:</p> <p>a) Turismo termal</p> <p>b) Comida e vinho</p> <p>c) O cruzeiro (a proximidade com o porto de Civitavecchia, primeiro porto italiano para os cruzeiros)</p> <p>A Agência participou em 2015 (que também irá 2016) na WTE (Feira Mundial de Turismo e sítios do património do UNESCO), com um suporte para promover a área de Viterbo e toda a região, e B2B (e-commerce).</p> <p>Patrocínios para a impressão e publicação de guias dos sítios da UNESCO.</p> <p>Planeamento e implementação no "âmbito do <i>Sistema dei Cammini del Lazio</i> (Sistema dos rotas do Lazio), incluindo a rota da Via Francigena do Norte.</p>
3	O fluxo turístico para a Região, em termos de quantidade, qualidade, dificuldades ...	<p>Nos últimos anos, em termos de qualidade, a oferta turística melhorou.</p> <p>Em termos de quantidade, os fluxos turísticos para a região aumentaram. Em 2014, havia 11 milhões de chegadas e 40 milhões de dormidas, atingindo 5 mil milhões de euros, com uma tendência de crescimento.</p> <p>Em particular, houve um aumento de visitantes dos países do BRIC.</p> <p>Entre os objetivos mais importantes da política do turismo regional, conta-se o de incentivar e aumentar a chegada e estada dos turistas na região inteira, tentando melhorar a visibilidade de pequenas cidades, a fim de mudar a tendência dos fluxos, que têm em Roma o objetivo principal, com uma permanência bastante baixa (em média, 2,5 dias).</p>
4	Eventuais formas de	Colaborações indiretas, como explicado acima, a

	colaboração com a Unesco na promoção turística dos centros históricos incluídos na Lista do Património do Unesco.	propósito da colaboração para a publicação de guias específicos do património Regional UNESCO.
5	Consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico: a) qualidade de vida; b) Fluxos turísticos: c) Comércio: d) Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística.	a) Certamente, iria melhorar serviços ao público, tais como maiores horas de abertura dos serviços da restauração, o que hoje é um verdadeiro limite para o crescimento do turismo nesta área; b) existe uma ligação de correspondência entre a marca UNESCO e aumento dos fluxos turísticos; c) o maior fluxo estimula atividades comerciais, em particular aquelas relacionadas com os produtos de artesanato e do território d) nenhuma evidência para dizer isso.
6	A inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico de Viterbo/Santarem representa um fator de atração turística para a Região.	Tal poderia ser uma força motriz para o conjunto da atividade turística na Região. Por exemplo, os sites da UNESCO de Cerveteri e Tarquinia (são áreas arqueológicas de grande importância, do período do século IV-V A.C. na área de Viterbo) atraem um maior número de turistas desde que foram incluídos na Lista do património do UNESCO.
7	Eventuais formas de colaboração entre os sítios UNESCO da Região.	Não há nenhuma forma de colaboração, embora não exclua que possa haver entre as cidades.
8	Aumento do número dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO.	Há uma ligação entre o aumento dos fluxos turísticos e a inclusão da lista da UNESCO. É também uma maneira de dar a conhecer ao público, em geral, a existência de um sítio histórico, conhecido apenas por alguns.

Fonte: elaboração própria.

Quadro 38 - Respostas da Agenzia Regionale del Turismo del Lazio.

Na primeira pergunta, pediu-se a indicação das funções da Agência. Ao contrário da Toscana Promozione, a Agência do Lazio não é um organismo autónomo, depende inteiramente da Região. Tem, sobretudo, a função de controlo dos fluxos turísticos (recolha de dados sobre os fluxos) e, portanto, caracteriza-se mais como órgão instrumental das decisões da Região.

A segunda questão, sobre as principais iniciativas na área de Viterbo, teve como resposta, nos pontos fortes, as termas, a gastronomia e a arqueologia. De facto, nesta área, floresceu a civilização etrusca (século VIII A. C. - IV A.C.) e, atualmente, algumas áreas arqueológicas são classificadas como património da UNESCO. Outros pontos fortes são a presença da Via Francigena, objeto de muita atenção por parte das instituições, a



presença do porto de Civitavecchia (primeiro porto italiano de cruzeiro), que poderia ser usado como centro de informações turísticas do território. Neste contexto, a Agência trabalha para melhorar e valorizar o território, através da formação educacional e a participação em feiras comerciais.

A terceira pergunta refere a qualidade e quantidade dos fluxos turísticos para a região. A resposta descreveu uma situação positiva e negativa. Os fluxos turísticos estrangeiros nos últimos anos estão em crescimento, especialmente aqueles que vêm dos países emergentes (BRIC), mas a maioria estão concentrados em Roma. Roma é um poderoso fator de atração, mantendo-se quase completamente desconhecido para o grande fluxo as outras localidades. Outra questão é o tempo médio de permanência, ainda limitado (2,5 dias).

Neste caso, uma melhor promoção da oferta turística regional poderia, por um lado, tentar aumentar a permanência média; por outro, favorece a descompressão dos fluxos de turistas para a *Cidade Eterna* que, em certas épocas do ano, são insustentáveis.

A quarta pergunta, sobre se existem formas de colaboração direta com a UNESCO, para a promoção turística dos centros históricos, teve como resposta apenas colaborações indiretas, como a publicação de brochuras dos sítios da Unesco da região.

A quinta pergunta indaga se, após a inscrição na Lista da UNESCO, se registaram melhorias na qualidade de vida dos cidadãos, o aumento do turismo e do comércio, e acesso a fundos públicos e privados para a regeneração urbana e turística da cidade. A resposta foi positiva, mas foram conjecturas pessoais, sem referir quaisquer dados fundamentados.

A quinta questão, é sobre se os sítios da UNESCO são usados como um fator de atração turística. A resposta é sim. O exemplo reportado é o dos sítios arqueológicos de Cerveteri e Tarquinia, com base no facto de, desde da inclusão na Lista UNESCO, os visitantes têm aumentado. Conforme relatado na pergunta 2, trata-se de ações limitadas à realização de brochuras ou participação em feiras específicas (WTE, Feira Mundial de Turismo e sítios do Patrimônio da UNESCO) – mas, na realidade, ainda é muito pouco para o potencial daqueles locais.

Como foi relatado antes, a sétima questão incide sobre formas de cooperação com a UNESCO. Na resposta são sempre referidas colaborações indiretas. Obviamente, é tarefa da Região promover o turismo, a UNESCO tem apenas a tarefa de assegurar a proteção dos bens.

Além disso, supomos que seria muito útil programar reuniões periódicas entre as duas entidades, especialmente para melhorar e regular o fluxo de turistas em alguns sítios particularmente frágeis, como as áreas arqueológicas de Tarquinia e Cerveteri.

A oitava e última pergunta relaciona-se com o crescente número de sítios incluídos na Lista da UNESCO. A resposta refere-se ao “efeito UNESCO”, sem dar qualquer resposta sobre o crescente número de inscrições. Neste caso, a marca UNESCO é considerada uma ferramenta útil para melhorar o conhecimento dos sítios para as camadas mais amplas da população.

#### 4) Comparação de entrevistas dos vereadores centro histórico de Siena e Évora

Esta comparação de entrevistas com os vereadores para o centro histórico de Siena e Évora é útil para conhecer as semelhanças e diferenças na programação e gestão dos centros históricos incluídos na Lista da UNESCO (Quadro 39).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	Siena	Évora
1	A relevância de ter o centro histórico classificado como Património do UNESCO.	Representa uma oportunidade significativa para o crescimento coletivo, também em comparação com outras cidades do património da UNESCO. A inclusão da cidade na lista da UNESCO representa tanto um compromisso da cidade, da parte da autarquia, para garantir a proteção contínua e a tutela do centro histórico, como também dos próprios cidadãos.	O processo de classificação para a UNESCO foi um processo muito participado por parte da população. O facto de a cidade ser incluída na lista do Património criou uma marca turística muito importante, porque põe a cidade de Évora na rota turística europeia. O facto de ser classificado património mundial, a nível da qualidade da proteção do património construído, melhorou.
2	Evolução da atividade turística no centro histórico, desde a sua classificação internacional.	A inscrição na lista da UNESCO tem aumentado a visibilidade de Siena, especialmente no segmento relacionado com o turismo estrangeiro. Nos últimos anos, o turismo tem atingido níveis muito elevados, uma invasão dos turistas, especialmente durante os períodos de férias ou feriados. Depois, há um	Em crescendo, sempre. Nos últimos 3 anos, o crescimento foi quase exponencial. Por exemplo, em relação ao ano de 2015 (o dado mais recente), o crescimento do número dos turistas atingiu a 431.988 unidades e o número das dormidas 348.425, com um aumento relativo ao ano passado do 24%. Os pontos fortes do turismo em Évora,

		outro aspeto, os caminhantes são muitos. Um número excessivo para a cidade e, como sabemos, o impacto económico produzido é bastante limitado.	além do património e da classificação da Unesco, são a boa qualidade de vida e a relativa proximidade de Lisboa.
3	Entidades locais/ associações mobilizadas na discussão sobre as opções de gestão do centro histórico.	<p>O Plano de Gestão do Centro Histórico decorre de um complexo programa de atividades com base em reuniões com os referentes comuns, as diferentes associações, que na cidade são muito importantes.</p> <p>Em resumo, a atividade foi orientada os seguintes objetivos principais:</p> <p>a) coordenar as ações que se desenvolvem no centro histórico;</p> <p>b) promover as decisões conjuntas, comparando os diferentes pontos de vista;</p> <p>c) contribuir para aumentar o conhecimento, a difusão da inovação e intercâmbio de metodologias e experiências;</p> <p>d) aumentar a consciência e o conhecimento das questões locais, criando uma visão geral.</p>	Em primeiro lugar, a Universidade de Évora, que tem muitos edifícios na sua propriedade no centro histórico. Uma colaboração muito interessante é com a Associação da Defesa do Património, o Grupo Pró-Évora e a Direção Regional de Cultura DGCA (Alentejo), órgão centralizado do estado. Muito importante, é a relação direta com a população, como a discussão do plano urbanístico.
4	Eventuais divergências quanto às orientações de gestão do centro histórico e, em particular, da atividade turística nele desenvolvida.	<p>O sistema descrito anterior evita qualquer forma de conflito e visa a partilha das escolhas. O Plano de Gestão, que já foi enviado para a UNESCO, compreende os seguintes pontos:</p> <p>a) melhor integração entre centro e periferia,</p> <p>b) criação de um sistema baseado em turismo inovador e valorização do rico património histórico e da enogastronomia de produção da área de Siena,</p> <p>c) maior diversificação no turismo, perspetivar o turismo de qualidade que está relacionado a questões como o turismo cultural, de congressos etc.</p>	<p>Sim é, podemos distinguir em três fases:</p> <p>1)na primeira, que vai do ano de 1986 a 2001, há uma orientação política volta a proteção do património e do desenvolvimento da cultura;</p> <p>2)a segunda, vai do ano 2002 até ao 2013, distinguiu-se por uma visão global da cidade, com maior atenção ao crescimento urbano com planos de urbanização e estratégicos, com a deslocação para fora da muralha de alguns serviços públicos.</p> <p>3)a terceira fase, desde o 2013 até hoje, caracteriza-se por uma maior atenção para a cultura e o centro histórico da cidade deve voltar a ser o centro dos serviços públicos e o centro da cultura da cidade.</p>
5	A importância do Gabinete	Este gabinete já existia, mas	O Gabinete foi criado no 1980

	do centro histórico.	com funções mais técnicas. Na verdade, geriu as atividades de construção relacionadas com a lei especial sobre a reconstrução do centro histórico (Lei n. 3/1963, e aditamentos posteriores). Mais tarde, o Gabinete assumiu outras funções, com a entrada para a lista da UNESCO.	e a sua atividade durou até o 2001. Depois, as atividades foram incluídas no Gabinete de Urbanismo, a fim de dar uma visão global aos problemas urbanos da cidade. Os primeiros anos foram de 1980 a 2001. Desde 2014, há uma divisão no Gabinete de Urbanismo exclusiva para o centro histórico e tem retomado algumas funções do antigo Gabinete.
6	Em resumo, as funções específicas deste Gabinete.	Este gabinete de Siena tem um aspeto mais técnico que atualmente; entre as funções mais específicas, tem a gestão dos fundos estruturais ligados à Lei 77/2006 e o controlo das atividades de construção no centro histórico, os cartazes de publicidade e a preparação do plano de cor.	Muitas, algumas delas: 1) planeamento urbano; 2) gestão e ocupação do espaço público; 3) propostas de mobilidade; 4) respostas técnicas sempre para intervenções de obras. A lei portuguesa obriga um estudo prévio sobre um qualquer trabalho de obra nos edifícios no centro histórico; 5) gestão de compra –venda dos imóveis (direito de preferência, estabelecido por lei nacional); 6) relação com a tutela do património.
7	A importância específica do turismo nas atividades deste gabinete.	É um gabinete com um papel mais técnico. O turismo desempenha um papel menos proeminente. Em particular, há outro gabinete que trabalha na área específica do turismo. Entre outras coisas, no financiamento relacionado com a Lei 77/2006, há uma medida financeira para desenvolver atividades de turismo, em particular a valorização, em conjunto, dos quatro sítios da UNESCO na área de Siena.	A Divisão tem a gestão o centro de informações turísticas (Praça do Giraldo). Évora atrai mais turistas do resto da região, todos passam pela cidade.
8	O atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico.	Para o centro histórico é o Plano de Gestão, criado ao abrigo da Lei 77/2006. As estratégias identificadas no Plano incluem os seguintes pontos: a) Plano de Ação para a proteção, preservação e	É o Plano de Urbanização de Évora na última atualização de 2011. Nesta altura há uma imensa discussão sobre neste sentido. A UNESCO exige um plano de gestão do centro histórico

		valorização do património; b) Plano de Ação para a segurança urbana c) Plano de Ação para a investigação e o conhecimento d) Plano de Ação para o desenvolvimento cultural (turismo) f) Plano de Ação de mobilidade	atualizado e temos duas opções: 1) melhorar o Plano de Urbanização 2) realizar um ZEP (zona especial protegida), que tem um valor de um Plano de Pormenor. A decisão final ainda não foi tomada
9	Se esse instrumento é adequado às necessidades emergidas.	Entre as necessidades emergentes, há a gestão do grande fluxo turístico, que se concentra especialmente durante as férias e feriados. Em seguida, nos últimos anos, tem havido uma diminuição populacional constante dos habitantes do centro histórico, com um risco evidente de criar uma <i>museificação</i> do mesmo.	O atual Plano de Urbanização compreende as regras precisas para a proteção do património, mas tem alguns problemas. Tudo isto leva muito tempo para burocracia e aumenta os custos das obras.
10	Principais atividades de proteção no centro histórico realizadas nos últimos anos	Intervenções pontuais pequenas, mas as maiores envolveram a construção do Parco delle Mura, e a revisão do Plano da Cor.	1) Revisão do Plano de Urbanização 2) Envio para a Unesco do Plano de Gestão. Este último não foi discutido com ninguém. Não foi discutido na Assembleia da CM, o antigo Presidente da Câmara assumiu as decisões.
11	Se estas últimas atividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas	Estamos no início destas intervenções, por isso é muito cedo para dizer.	Nenhuma relação, é a marca de Évora que atrai os turistas.
12	As consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico teve quanto a... a) qualidade de vida b) fluxos turísticos c) comércio d) acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	a) Melhoria económica devido ao aumento do fluxo de turistas b) Problema inverso, o problema é de contenção. c) Quantitativamente, com certeza, do ponto de vista da qualidade um pouco menos. d) Acesso a mais fundos, mas eles são de modesta quantidade.	a) Sim, com certeza. Elevar a qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade b) Sim, com certeza. Elevar a qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade c) Não, ou só algumas lojas. d) Sim com a delimitação da área da reabilitação urbana vai permitir acesso a fundos comunitários
13	As principais dificuldades/limitações do centro histórico, do ponto de vista do desenvolvimento turístico	Dificuldades em gerir os fluxos sobretudo nos dias feriados. O problema mais grave são os caminhantes, ou seja, os turistas de um dia. Tudo isso produz vários aspetos críticos, tais como a higiene urbana,	A principal dificuldade é ligada a falta dos investimentos para a reabilitação urbana. O maior custo e o longo tempo para obter a licença afasta uma reabilitação urbana promovida por privados.

		apesar do trabalho contínuo da empresa do lixo. O problema, agora, é limitar os impactos devido ao turismo. O Plano de Gestão visa a resolver estes estes problemas.	
14	Os próximos desafios do ponto de vista da qualificação do centro histórico e da promoção da atividade turística.	O próximo desafio é aumentar as áreas pedonais do centro da cidade. Isso vai atingir dois objetivos: melhorar a qualidade do ar na cidade e a cidade, com o peão, atinge padrões estéticos verdadeiramente únicos	Uma melhor requalificação dos trabalhadores na área do turismo. Hoje, há muitos trabalhadores com baixa qualificação.

Fonte: elaboração própria.

Quadro 39 – Respostas dos vereadores do centro histórico de Siena e Évora.

A primeira pergunta é relativa à importância de ter um centro histórico incluído nas Listas da UNESCO. A resposta de ambos os vereadores pode ser dividida em duas partes. A primeira, refere-se à melhoria das atividades de recuperação urbana. A segunda, refere-se ao aumento da visibilidade da cidade. Tudo isto levou a um aumento do fluxo de turistas para a cidade (Évora) e a um maior crescimento da qualidade de vida na cidade, com a possibilidade de diálogo com outras cidades da UNESCO (Siena). Em síntese, pode-se afirmar que os dois vereadores interpretam a inclusão da Lista em termos de crescimento e de melhoria geral.

A segunda pergunta centra-se no interesse sobre as atividades turísticas após a inclusão na Lista da UNESCO das duas cidades. Para ambas as cidades, de acordo com os entrevistados, houve uma resposta positiva - talvez no caso de Siena possamos falar sobrelotação turística.

A terceira pergunta é sobre as associações ou entidades envolvidas na gestão do centro histórico. As respostas têm diferenças. O vereador de Siena fala mais das simples associações de cidadãos, em particular as que representam os vários bairros do centro histórico. Já o vereador de Évora refere que tem mais colaborações com organismos institucionais, como a Associação da Defesa do Património e a Direção Regional de Cultura DGCA. Provavelmente, no caso italiano, procura-se mais um apoio popular, no caso de Évora mais as instituições.

A quarta pergunta relaciona-se com as diferenças que surgiram durante a gestão do centro histórico. O vereador de Siena explicou que o sistema de escuta descrito na pergunta anterior superou quaisquer dificuldades. O vereador de Évora centra-se em aspetos mais políticos. A cidade experimentou, ao longo dos últimos trinta anos, duas diferentes formas de orientação. A primeira refere-se à recuperação do centro histórico; a segunda, ao contrário, é mais orientada para a fase de expansão da cidade além das muralhas. Atualmente, o centro histórico é central na ação política da administração atual. As perguntas cinco, seis e sete são relativos ao funcionamento do gabinete técnico do centro histórico. Este gabinete é o órgão central de todas as atividades que ocorrem nesta parte mais valiosa da cidade, a partir das atividades de planeamento, ao trânsito, à elaboração de Planos de Gestão, que são fundamentais para a inscrição na Lista da UNESCO. Uma boa operacionalidade deste gabinete reflete-se na correta gestão do centro histórico, representando, portanto um órgão estratégico.

No caso de Siena, este gabinete assumiu mais tarefas após a inscrição da UNESCO, como a gestão dos fundos públicos relacionados com obras de restauro urbanas (Lei 77/2006). No caso de Évora, este gabinete foi fechado em 2001. Desde o 2014, há uma Divisão do Gabinete de Urbanismo exclusiva para o centro histórico e tem retomado algumas funções do antigo Gabinete. Além das tarefas já explicadas, este gabinete tem ainda a compra e venda de habitação (pergunta seis). O papel do turismo, nas atividades deste gabinete no caso de Siena é bastante marginal, no caso de Évora é maior, tem a gestão do ponto de informações turísticas na Praça do Giraldo (pergunta sete).

A oitava pergunta tem o objetivo de saber qual é o atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico. Para Siena, é o Plano de Gestão, criado ao abrigo da Lei 77/2006. Este plano exigido pela UNESCO, é um documento de planeamento que inclui os vários aspetos, desde a valorização do património histórico, a segurança urbana, o tráfego e assim por diante. Pode-se afirmar que Siena está numa fase de maturidade dos sistemas de planeamento. No caso de Évora, a situação é mais complicada. Atualmente, o instrumento de planeamento é o Plano de Urbanização de Évora na sua última Atualização de 2011. A UNESCO exige um Plano de Gestão atualizado, mas nesta fase política há duas opções: 1 ) melhorar o Plano de Urbanização 2) realizar um ZEP (zona especial protegida), que tem um valor de um Plano de Pormenor. Mas a decisão final ainda não foi tomada. Esta incerteza pode retardar as obras de recuperação urbana, com graves danos na integridade do centro histórico. Além disso, este instrumento é essencial para a preparação do Plano de Gestão, exigido pela UNESCO.

A pergunta número nove é sobre se os atuais instrumentos são adequados para a resolução dos problemas atuais. A resposta Vereador de Siena centrou-se, principalmente, no perigo de *museificação* do Centro e na grande pressão devida ao aumento dos fluxos turísticos. O vereador Évora defende que as normas de proteção que acompanham o Plano de Urbanização são capazes de proteger o Centro.

Estas respostas mostram uma situação diferente nas duas cidades: na primeira, apesar de o Centro ter um Plano de Gestão, enfatiza-se o perigo de despovoamento do centro da forte pressão turística, mostrando sinais de ineficácia desse planos. Évora, pelo contrário, possui normas eficazes de proteção para o centro, no âmbito do Plano de Urbanização, mas tem uma burocracia mais complexa, que se traduz em um aumento de custos.

As perguntas dez e onze visam a saber se as últimas atividades realizadas no centro Histórico têm originado a um maior fluxo de turistas. No caso de Siena o vereador refere apenas a realização de um plano da cor no Parque das Muralhas, mas tais atividades recentemente concluídas, é muito cedo para fazer um julgamento sobre os fluxos.

No caso de Évora, o vereador refere a produção de um Plano de Gestão realizado (sem debate na Assembleia) pela administração anterior. O vereador enfatiza que o sucesso do turismo na cidade está relacionado apenas com a boa reputação da cidade, em si mesma. Pode-se concluir que ambos os vereadores acreditam que para atrair mais turistas a realização de particulares obras sejam inúteis. Em particular, no caso de Évora, fala-se de uma marca da cidade que consegue atrair mais fluxos.

A pergunta décima segunda visa saber se a inclusão do centro histórico na Lista da UNESCO teve consequências positivas em termos de qualidade de vida, aumento dos fluxos turísticos, o aumento do comércio e a finalidade que se pode dar com o acesso a novos fundos públicos ou privados de regeneração urbana e turística. Em ambas as cidades, regista-se uma melhoria na qualidade de vida. No caso de Siena, o vereador enfatiza o problema oposto, ou seja, a enorme quantidade de fluxos turísticos. Quanto ao comércio, houve um aumento no comércio, mas no caso de Évora este aumento regista-se só para algumas tipos e lojas. Para ambas as cidades a adesão à UNESCO trouxe ao acesso a novos fundos públicos. Assim, na opinião dos entrevistados, a inscrição na Lista da UNESCO teve um impacto inteiramente positivo na cidade.

As perguntas treze e catorze foram tratadas em conjunto. Estas perguntas visavam saber quais são as principais dificuldades do centro histórico e quais são os próximos desafios para melhorar a regeneração urbana e o turismo. As respostas dos vereadores foram precisas. No caso de Siena, salienta-se a forte pressão turística, também devida ao enorme número de caminhantes. No caso de Évora, salienta-se a falta de fundos e a



burocracia que dificulta o investimento privado na recuperação da construção. Tudo isso se reflete na falta de planeamento específico para o centro histórico, como referido anteriormente.

Os próximos desafios relacionam-se com uma Siena comprometida com a melhoria estética da cidade e uma melhoria ambiental (qualidade do ar, através da propagação da mobilidade sustentável e alargamento das áreas de pedestres). Já Évora acredita que a formação da classe trabalhadora no sector do turismo vai atrair mais turistas (em consideração que em termos de serviços aumenta o nível de satisfação do turista). Portanto, este são duas visões diferentes, cada um pesquisa a qualidade ambiental como um elemento central de um turismo de qualidade; em Évora, o vereador acredita que a formação adequada dos trabalhadores é um elemento de distinção – uma posição que deverá ser relativizada, naturalmente.

#### 5) Comparação de entrevistas dos vereadores dos centros históricos de Viterbo e Santarém.

A comparação das entrevistas aos vereadores para os centros históricos de Viterbo e Santarém foi útil para conhecer o que pensam em condições atuais do turismo na cidade e se uma possível inclusão na lista da UNESCO iria melhorar os fluxos para a cidade (Quadro 40).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	Viterbo	Santarém
1	As condições gerais em que se encontram os centros históricos (preservação, circulação, animação...)	<p>O estado de conservação do património histórico e imobiliário do centro histórico está bom.</p> <p>Mas as estradas não são bem cuidadas, principalmente devido à falta de estacionamento. De facto, o centro histórico está totalmente aberto à circulação dos carros.</p> <p>Há muitas habitações vazias, devido ao despovoamento nos últimos anos (principalmente utilizadas como residência para estudantes da Universidade).</p>	Os centros históricos encontram-se, de uma maneira geral, degradados, pouco atrativos em função das inúmeras dificuldades que se levantam à preservação e circulação automóvel, com efeitos diretos na sua vida e animação cultural, social e comercial

		<p>Atualmente, a população que vive no centro histórico, é de cerca de 7.000 habitantes, dos quais pouco mais de 10% vivem entre o cerco da antiga muralha medieval (quase totalmente o integra).</p> <p>A recente crise económica está a afetar as atividades comerciais do centro histórico, onde há também algumas das lojas mais prestigiadas da cidade. Os eventos da cidade mais importantes (dos religiosos aos culturais) são realizadas no centro histórico; por isso, em resumo, a animação do centro histórico está boa.</p>	
2	Evolução da atividade turística no centro histórico.	<p>É em aumento, a beleza arquitetónica e artística do centro histórico, a paisagem e tradições locais mantenham o seu <i>appeal</i>. Não temos dados sobre os fluxos turísticos, mas se considerarmos a renda da <i>Tassa di Soggiorno</i> (taxa de turismo), no ano passado (2015) ascende a cerca de € 180 mil (EURO 2.0 por estada, taxa criada a partir de 2015). O valor deste imposto leva-nos a crer que há uma boa afluência de turistas para a cidade, onde o centro histórico e as termas representam a maior atração turística. Depois, há um turismo diário ainda maior, talvez em eventos, por exemplo, a procissão de Santa Rosa (Património Imaterial da Unesco desde 2013), Cafeína, Tuscia Opera Festival etc.</p>	Fruto do grande crescimento da taxa de turistas no País e do interesse histórico, cultural e monumental da cidade, o número de turistas em Santarém tem crescido, sendo um contributo importante para a dinamização e animação desta área da cidade.
3	Entidades locais/ associações mobilizadas na discussão sobre as opções de gestão do centro histórico.	Organizamos eventos para atrair o turismo com a Universidade Tuscia, a Câmara de Comércio, a Fundação Carivit (Cassa di Risparmio di Viterbo, o banco da cidade), a Ordem Profissional de Arquitetos e Engenheiros e as muitas associações culturais e sociais.	Tem procurado envolver sobretudo os agentes que se encontram instalados dentro do perímetro do centro histórico, como a diocese, a Santa Casa da Misericórdia de Santarém, que são os maiores proprietários, mas também os moradores, as associações culturais e recreativas e a Associação Comercial e Empresarial de Santarém

			(ACES).
4	O atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico.	<p>Plano Regulador Geral, aprovado em 1979.</p> <p>A área A1 (Centro Histórico); regula as intervenções de reestruturação e restauração, a ser implementada por meio de planos de pormenor. Na ausência de tais instrumentos são autorizados só obras de consolidação e manutenção.</p> <p>Há também um programa preliminar da ação que está sendo aprovado que afeta a área de Vale Faul (a área de Porta Faul).</p> <p>Estamos a trabalhar na elaboração do <i>Masterplan</i> do Centro Histórico. Este é um documento técnico de endereço político preparatório para os atos subsequentes de planeamento. O <i>Masterplan</i> considera todos os componentes do centro histórico, não só a parte urbanística e das construções, mas também a parte comercial e do terciário, e oferece um projeto orgânico, através do qual os cidadãos podem compartilhar as escolhas (uma forma de planeamento participativo).</p>	O PDM (Plano Diretor Municipal). Contudo, estão igualmente a ser aplicadas várias medidas preventivas que decorrem do processo de classificação do centro histórico, em curso, que pressupõe a elaboração do Plano de Salvaguarda.
5	Se este instrumento é globalmente adequado às necessidades.	<p>O Plano Regulador Geral é uma ferramenta fundamental e representa a principal referência que necessita a cidade para regular as atividades urbanísticas.</p> <p>Claro que tem de ser aplicado por meio das ferramentas de implementação (Planos de Pormenor), que também devem ser adicionados os novos instrumentos de governação. Estes últimos superam a rigidez dos Planos de Pormenor, incluindo, no planeamento, os aspetos sociais e culturais, tornando-o mais adequado para os tempos atuais.</p>	O PDM é um instrumento de planeamento à escala do concelho, pelo que é insuficiente. As medidas preventivas criam dificuldades burocráticas que dificultam o processo de intervenção, pelo que é urgente a conclusão do Plano de Salvaguarda, que tem a escala ajustada.
6	As principais atividades de proteção realizadas nos últimos anos.	O <i>Regolamento dell'Ornato</i> (Regulamento de <i>Embelezamento</i> ) é um	A par do resgate de uma boa parte das edificações públicas com particular destaque para

		conjunto de normas que regulam a atividade de construção no centro histórico (só obras de consolidação e manutenção) – estão facilmente disponíveis no site da cidade. Foram promovidas algumas obras de recuperação de alguns monumentos da cidade como o Teatro dell'Unione. Também foi criado um concurso de ideias para o arranjo das praças do centro histórico.	o património monumental (igrejas), o município fez também um grande esforço na requalificação do espaço público, tendo, nos últimos anos, recuperado os principais jardins da cidade que circundam o centro histórico (o Jardim da Liberdade, o Jardim da República e o Jardim das Portas do Sol).
7	Se estas atividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas	Espalhar a qualidade urbana e melhorar a qualidade do espaço e da promoção do seu uso também é uma forma de impulsionadora do turismo.	Todas as ações contribuem para potenciar a atratividade dos lugares, contribuem para captar novos turistas. Porém, os números significativos decorrem da conjugação de um conjunto de fatores, nomeadamente a estruturação do produto nacional e regional, que é algo em que temos vindo a trabalhar.
8	Se há em programa a inscrição do centro histórico na Lista do Património Mundial da UNESCO	Sim, nesta fase têm sido adquiridas todas as informações para iniciar o processo que está em curso.	Sendo o título da UNESCO um importante fator de atração turística, mas antes deste é necessário realizar todo um trabalho de recuperação material e imaterial da cidade, quer na dimensão urbanística, quer na dimensão social e económica.
9	A eventual inclusão do centro histórico na Lista do UNESCO que consequências traria, quanto a...  a) Qualidade de vida; b) Fluxos turísticos c) Comércio d) Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	a) A regeneração do Centro Histórico e do seu estado de conservação são condições necessárias para aplicar com a adesão e, claro, também garantem a qualidade de vida para os residentes e os visitantes b) A marca UNESCO significa um complexo de valores de qualidade não mensuráveis, mas certificados. Para os turistas, é uma garantia e uma motivação extra c) A marca UNESCO, em conjunto com um planeamento de qualidade, constitui a melhor credencial. d) não responde.	a) Se acompanhadas de desenvolvimento económico a inclusão da lista da UNESCO, pode contribuir para a melhoria da qualidade de vida. b) o título da UNESCO é, sem dúvida, muito benéfico. c) Aumentando os fluxos turísticos, aumenta consequentemente a atividade comercial, pelo que o comércio também beneficiará com a inclusão do centro histórico na lista da UNESCO; d) A maior visibilidade e a massa crítica associada a um título da UNESCO, desperta consciência e sentido de responsabilidade local e nacional, pelo que admito que o acesso a fundos possa ser

			favorecido.
10	Principais dificuldades /limitações do centro histórico, do ponto de vista do desenvolvimento turístico.	A degradação de algumas estradas secundárias e tráfego. A ausência de estacionamento subterrâneo ainda não permite a pedonalização do centro histórico que apresenta o nosso objectivo. O elevado número de carros impede a fruição plena e a percepção dos lugares mais bonitos da cidade.	Estado de conservação de algum edificado e consequente efeito na fixação de uma comunidade residente, bem como na animação cultural e comercial, e ainda a escassez de alojamento e restauração.
11	Próximos desafios do ponto de vista da qualificação do centro histórico e da promoção da atividade turística.	Através do Masterplan, contamos com o envolvimento de toda a cidade para reconstruir mas, especialmente, para reviver o centro histórico da cidade através da cultura, serviços e atividades comerciais.	Procurar uma abordagem integrada no espaço urbano que aposte na diferença histórica, urbanística e patrimonial, que fomente a fidelização da habitação e visitantes e que promova a regeneração e reabilitação da sua própria identidade.

Fonte: elaboração própria.

Quadro 40 - Respostas dos vereadores dos centros históricos de Viterbo e Santarém.

Na primeira pergunta, foi questionado o que são, geralmente, as condições do centro histórico. A resposta vereador de Viterbo esclareceu que as condições gerais são boas, embora existam alguns problemas, tais como o tráfego, e despovoamento. Mas é para “marcar” o centro histórico que nele se organizam as principais atividades culturais da cidade. O vereador de Santarém ainda apontou o estado precário de alguns edifícios e ainda o problema da circulação. Em geral, pode-se afirmar que o centro histórico de Viterbo ainda tem um papel central para a cidade, é o lugar dos mais importantes eventos organizados na cidade.

A segunda pergunta foi sobre a evolução do turismo no centro histórico. A resposta do vereador de Viterbo, citando a receita de taxas de turismo, foi a de que o centro histórico é, certamente, um ponto relevante da oferta turística da cidade. Os eventos mais importantes têm lugar no centro (ver resposta anterior), como a procissão da Maquina de Santa Rosa (património immanteriale UNESCO) e muitos outros. O vereador Santarém, por sua vez afirma, afirmou que o turismo tem crescido, sem citar dados.

Com a terceira pergunta, quis-se conhecer quais as associações e entidades envolvidas na gestão do centro histórico. Para ambas as cidades, a resposta foi positiva, estão envolvidas várias associações e entidades.

A quarta pergunta visava saber o atual instrumento de planeamento e se este último foi adequado para resolver os problemas atuais (questão cinco). O vereador de Viterbo respondeu que o instrumento atual é o Plano Regulador Geral de 1978, mas não foi aprovado o Plano de Pormenor - portanto, é possível fazer só obras de manutenção.

Atualmente, a Autarquia está comprometida na formação do Masterplan, como um documento preventivo para a preparação de um plano específico. Esse documento prevê não só o planeamento do tecido urbano, mas também as componentes económicas e sociais que residem no centro histórico. Mesmo no caso de Santarém, existe um Plano Diretor Municipal e falta o Plano de Pormenor. Para ambas as cidades, os instrumentos de planeamento atuais são inadequados para um programa de recuperação completa do centro (pergunta 5). Ambas as autarquias estão empenhadas em resolverem esse problema: Viterbo está envolvida com o Masterplan e Santarém irá realizar um Plano de Salvaguarda.

A pergunta 6 pedia a indicação das obras mais significativas realizadas nos últimos anos no centro histórico e se estas têm tido algum efeito sobre o turismo (pergunta sete).

A resposta para ambas as cidades foi positiva, fizeram-se alguns projetos de melhoria urbana (recuperação de edifícios públicos, como igrejas, teatro e acomodações de verde público). Além disso, ambos os vereadores julgam que estas melhorias são necessárias para iniciar uma eficaz política de desenvolvimento turístico.

A oitava pergunta incidiu sobre o tema central da entrevista: na verdade, procura saber se existia vontade de inscrever o centro histórico na lista da UNESCO.

O vereador de Viterbo esclareceu que há essa vontade, de modo a que o estado recolha todas as informações para iniciar o processo. O vereador de Santarém, respondeu que percebe o valor turístico de inscrição na lista da UNESCO, mas não respondeu de maneira inequívoca. Além disso, Santarém tem uma posição "congelada", é parte da *Tentative List*, mas ainda não formalizou a inscrição. A partir disso, pareceu entender-se que há alguma relutância, provavelmente devido a problemas políticos ou económicos que estão a impedir que se complete o caminho.

A nona pergunta decorria da antecedente. Perguntava-se se a eventual inclusão na lista da UNESCO poderia gerar benefícios na qualidade de vida, do turismo, do comércio e dar acesso a novos fundos públicos e privados para a recuperação urbana e do turismo. Para ambas as cidades, a resposta foi positiva. Mas, no caso de Santarém releva-se uma

contradição de comportamento; de facto, ambos os vereadores acreditam no valor de "efeito UNESCO", mas Viterbo confirma este interesse, mas Santarém parece não interessada (pergunta oito).

As perguntas 10 e 11 foram tratadas em conjunto. A pergunta 10 visava conhecer quais são as principais dificuldades do centro histórico emergidas neste último período e, a pergunta seguinte pede qual será a próxima melhoria nas atividades urbanas e turística. Na resposta à pergunta 10, o vereador de Viterbo esclareceu que o principal problema é o tráfego, há muitos carros que circulam no centro, evidentemente, o centro histórico ainda é sentido como o coração da cidade. No caso de Santarém, em vez o vereador sublinha a grande precariedade de alguns edifícios.

O vereador de Viterbo está confiante de que a preparação do Masterplan pode resolver todos os problemas decorrentes. O vereador de Santarém, por sua vez, confia em uma abordagem holística para a regeneração urbana, mas parece apenas uma orientação, não explica nenhuma atividade concreta.

6) Respostas dos representantes de associações comerciais de Siena e Évora.

7)

Esta comparação visa saber a opinião dos comerciantes em relação à inclusão do centro histórico nas Listas da UNESCO. Ou seja, em outras palavras, se inscrição na Lista da UNESCO tem melhorado comércio (Quadro 41).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	Siena	Évora
1	As funções específicas desta Associação.	Assistência e proteção do sector terciário.	A Associação trabalha com os associados do distrito (Évora, 14 concelhos) no âmbito do comércio, turismo e serviços.
2	A importância do turismo nas atividades desta Associação.	O setor do turismo é um componente importante da nossa base de membros.	O turismo é muito importante para a cidade. Nós trabalhamos para melhorar o serviço prestado aos turistas pelo comércio e pelas empresas na área do turismo.
3	Colaboração da Associação com Câmara Municipal, sobre as políticas de desenvolvimento turístico.	Com a administração municipal colaboramos em todas as questões relacionadas com o sistema empresarial local e a melhoria das atividades comerciais.	Projetos em comum: a) Animações na rua no período de Natal e em outras datas específicas b) Colaboração para o projeto dentro do Portugal 2020

			(Alentejo 2020) Periodicamente, a Câmara pede reuniões para discutir as questões ligadas ao comércio e ao turismo etc.
4	As principais atividades realizadas no centro histórico nos últimos anos.	<p>Monitoração ativa sobre a questão ztl (zona limitada de tráfego) e a revisão das normas sobre a ztl.</p> <p>Há um grupo de trabalho com as ordens e colégios profissionais para abordar as questões de proteção do centro histórico do ponto de vista empresarial. No entanto, para a sua gestão empresarial, muitas vezes as necessidades das empresas estão em conflito com as proibições e limitações que se destinam a preservar o património histórico e cultural cidade.</p> <p>Estamos trabalhando para desenhar uma linha diretriz que nos ajuda a preservar o património histórico sem <i>embalsamar</i> o centro, através da criação e da organização em eventos de entretenimento para atrair moradores e turistas. Foi possível trazer novamente o antigo mercado (de alimentos) na Piazza del Campo: criar um repositório dos produtos de excelência, em geral, de Toscana, e de Siena, em particular (uma vitrine de produtos da Toscana).</p>	<p>a) ICDE/Inovação Cooperação do Distrito de Évora - uma exposição de empresas do distrito com seminários para discutir de vários temas (setembro 2015 – mercado Municipal);</p> <p>b) Desenvolvemos atividade de animação na rua no mês de dezembro;</p> <p>c) Participamos na manifestação do Carnaval promovida pela Câmara;</p> <p>d) 12 meses de boa mesa são atividade de promoção da gastronomia local, em parceria com restaurantes e confraria gastronómica;</p> <p>e) Caminhos para o centro histórico, com um guia turístico ligada a vários temas.</p>
5	Atividades organizadas (ponto 4) que deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas e comerciais.	O centro histórico de Siena está a sofrer, como os muitos centros com prestígio histórico, a perda das atividades empresariais típicas em favor do <i>franchising</i> e pelo afastamento das tradicionais atividades comerciais. Torna-se semelhante, do ponto de vista comercial, aos muitos outros centros históricos europeus ou italianos (perda de identidade comercial).	<p>Falta uma melhor divulgação das atividades desenvolvidas.</p> <p>Os turistas de fora, que vêm de autocarro, ficam 1-2 horas (passagem rápida para a cidade). Os turistas que ficam por cá têm uma estada média de 2 dias, mas há um aumento de turistas e de presenças. É preciso desenvolver mais atividades que prendam os turistas na cidade.</p>
6	A inclusão do centro histórico na Lista do UNESCO traria melhorias significativas	a) as mudanças na cidade desde 1995 (ano da inscrição) foram muitas. Porém, acredito que a maioria destes	a) Ajudou a preservar o património, o espaço urbano, mais oferta em termo de cultura, aumentou a oferta de



	<p>para a cidade quanto a...</p> <p>a) Qualidade de vida;</p> <p>b) Fluxos turísticos;</p> <p>c) Comércio;</p> <p>d) Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística.</p>	<p>mudanças não têm sido feitas na lógica dos lugares da UNESCO, mas simplesmente na lógica da preservação do património cultural de Siena, que está no ADN da população de Siena.</p> <p>Muitas vezes, a inclusão de um sítio na Lista da UNESCO foi usada para colocar proibições, dificilmente explicáveis de outra forma. Para estes lugares, ser incluído na Lista da UNESCO é interpretado como uma questão de honra mas, ao mesmo tempo, acima de tudo, como uma limitação ao espírito empreendedor.</p> <p>b) em geral, os turistas aumentaram.</p> <p>c) A inclusão na lista de Património Mundial da UNESCO até agora foi usada mais como uma razão para a imposição de limitações e proibições e, não, como uma questão de orgulho de viver num sítio considerado digno de preservação. Surge a necessidade de diversificar as tipologias das lojas oferecendo novos serviços e produtos, mas sendo um dos sítios da UNESCO, tudo isto cria e impõe restrições sobre as atividades empresariais.</p> <p>d) há uma ligação direta com inclusão de Siena à lista do Património Mundial da UNESCO.</p>	<p>trabalho (hotéis e restaurantes).</p> <p>b) Sim, sem dúvida aumentaram.</p> <p>c) Um setor do comércio aumentou como produtos artesanais e gastronómicos locais, os outros não (roupa ou outro similar).</p> <p>d) Ajudou para várias atividades.</p>
7	<p>As principais dificuldades do centro histórico em termos de comércio</p>	<p>A degradação de algumas estradas secundárias e tráfego. A ausência de estacionamento subterrâneo ainda não permite a pedonalização do centro histórico, que é um nosso objetivo. O elevado número de carro impede a fruição plena e a perceção dos lugares mais bonitos da cidade.</p>	<p>a) Envelhecimento dos empresários do comércio</p> <p>b) Questão da mobilidade e do estacionamento para o acesso as lojas</p> <p>c) Limitações ao licenciamento comercial porque Évora é cidade da UNESCO, isto leva muita burocracia.</p> <p>d) Não há sinalética dos espaços eficaz para a mobilidade do turista</p> <p>e) Alto custo da renda dos espaços comerciais</p> <p>f) Degradação de alguns</p>

			edifícios.
8	Propostas da parte da Associação para resolver estes problemas.	<p>É precisa uma atualização das regras de proteção do centro histórico, onde, em 1998, foram estabelecidas algumas restrições e proibições que, até agora, são difíceis de aplicar</p> <p>Deve-se ter em conta a legislação nacional e europeia sobre as atualizações comerciais e a rever e definir um novo regulamento para a ocupação de áreas públicas, com caminhos "facilitados" em termos de aprovações e licenças.</p> <p>O acesso à ZTL (Zonas de Tráfego Limitado) deve ser articulado com a rede comercial.</p> <p>Criação de incentivos de "equalização" para aqueles que abrem lojas no centro e suportam os custos e despesas e têm dificuldade em competir com as atividades comerciais que ficam fora da muralha.</p>	<p>Sim algumas propostas para:</p> <p>a) Sinalética urbana</p> <p>b) Facilitar o licenciamento comercial</p> <p>c) Propostas para melhorar a mobilidade e o estacionamento</p> <p>Temos nesta altura duas propostas:</p> <p>1. fechar o trânsito no centro histórico ou parte do centro histórico</p> <p>2. criar mais zonas de estacionamento e alterar o chão de algumas zonas para melhorar a mobilidade pedonal. Esta última é a proposta da Associação.</p>
9	Se as políticas de proteção do centro histórico, são centrais na ação administrativa da Câmara Municipal.	Grandes declarações, mas tudo é muito lento para fazer qualquer alteração do estado atual, é uma discussão formal e, não, substancial.	<p>Há pouca melhoria e pouca atividade de dinamização do histórico</p> <p>Mau funcionamento dos licenciamentos. Tudo isso leva problemas para o comércio e para os privados para a recuperação e requalificação dos edifícios.</p>

Fonte: elaboração própria.

Quadro 41 - Respostas dos representantes de associações comerciais de Siena e Évora.

A primeira pergunta é dirigida ao conhecimento das principais atividades da Associação. Ambas as Associações têm o mesmo objetivo: apoiar as atividades empresariais e comerciais. O turismo é considerado como um fator importante para as Associações, seja porque fazem parte da associação operadores do setor, seja porque é um importante fator de desenvolvimento (pergunta dois).

A terceira pergunta visa a conhecer se há colaborações ativas entre as Associações e Camara Municipal. Ambas as Associações têm relações contínuas com a Câmara Municipal sobre as questões relacionadas com o comércio. Especialmente a Associação de Évora aparece mais ativa, as colaborações são também sobre questões gerais relacionadas com o turismo.

A pergunta quatro visa aprender as principais atividades realizadas no centro histórico. A Associação de Siena tem um grupo de trabalho com a colaboração de associações profissionais para estudar os principais problemas do centro histórico, como o problema da circulação e da ZTL. A tentativa é evitar a estagnação do centro, através da recuperação de tradições, como o mercado dos alimentos na histórica Piazza del Campo, que pode assumir o papel de um espaço-vitrine da excelência do território.

Também a Associação de Évora é muito ativa, realiza também dinamizadoras no centro histórico, também em colaboração com empresários local. A Associação criou também uma rota turística no centro histórico ligada a vários temas. Ambas as Associações são muito ativas, compreendem de viver em um espaço urbano de valor, e trabalham no sentido de melhorar a sua qualidade.

Pergunta seis é um tema central na entrevista, e visa a conhecer se a inclusão na Lista da UNESCO produziu aumentos significativos na qualidade de vida, um aumento do turismo de atividades comerciais, e deu a possibilidade de acesso a novos fundos públicos e privados para a regeneração urbana e turística. As respostas são muito interessantes. No caso de Siena, apesar de reconhecer a importância de "efeito UNESCO", a inscrição na Lista é considerada mais como um "fardo", uma restrição à liberdade de empresa.

Como dizer muitas decisões sobre o centro histórico, com o pretexto da UNESCO foram tomadas sem qualquer participação dos comerciantes.

A situação de Évora é um pouco diferente, em termos comerciais, a inscrição na Lista produziu a abertura de novas lojas, mas mais relacionadas com os produtos típicos.

As perguntas 7 e 8 procuram informações sobre os principais problemas do centro histórico e se houver propostas para os resolver.

A Associação de Siena sublinha o problema de tráfego, ainda muito presente no Centro da cidade, a área pedestre é ainda limitada. Outro problema é a presença de lojas em franchising em detrimento das tradicionais.

Évora, por sua vez, entre os outros problemas evidenciados, aponta o envelhecimento dos trabalhadores no setor, o tráfego e estacionamento no Centro, e também uma burocracia lenta devido ao fato de que a cidade é classificada pela UNESCO.

Em relação às propostas, a Associação de Siena propõe garantir facilidades ou suporte para os comerciantes do centro que enfrentam a concorrência de centros comerciais que ficam fora da muralha. A Associação de Évora propõe melhorar o trânsito.

Ambas as Associações expõem mais ou menos os mesmos problemas, mas os comerciantes de Siena denunciam uma condição de "sujeição" para as escolhas feitas, a fim de cumprir as orientações da UNESCO.

A última pergunta (9) foi para saber se o centro histórico é central nas políticas urbanas da Câmara Municipal. A resposta para ambas as Associações não é positiva, muitas declarações, mas poucos factos concretos.

Além disso, a Associação de Évora lamenta o muito tempo que se precisa para a emissão de novas licenças, o que poderia gerar problemas para o comércio e também para a renovação dos edifícios.

#### 8) Comparação de entrevistas representantes de associações comerciais de Viterbo e Santarém.

Esta comparação tem como objetivo conhecer a opinião das Associações de comerciantes de Viterbo e Santarém sobre as condições comerciais do centro histórico e se uma eventual inscrição na Lista do património da UNESCO pode melhorar os negócios (Quadro 42).

Nº	TEMA DAS PERGUNTAS	Viterbo	Santarém
1	As funções específicas desta Associação.	Promover atividades para o desenvolvimento do comércio no centro histórico da cidade.	Dar apoio também jurídico aos comerciantes associados e acompanhá-los no seu trabalho. Fazer projetos para o desenvolvimento comercial da cidade.
2	A importância do turismo nas atividades desta Associação.	O aumento dos fluxos turísticos pode trazer melhorias significativas para o comércio, para a cidade toda, e sobretudo a parte mais bonita da cidade, que é o centro histórico.	Tem um papel muito importante para a nossa cidade e a nossa Associação. Santarém tem um património religioso valioso, mas a maioria dos turistas chegam para visitar a cidade e ficam aqui pouco tempo. A maioria deles faz uma visita de algumas horas e vai-se embora. Temos que pensar em incentivar o turismo e manter os turistas mais tempo, pelo menos 2 ou 3 dias. É preciso planear uma rota turística que pode trazer

			Santarém para as principais rotas do país.
3	Eventuais formas de colaboração entra a Associação e Câmara Municipal, sobre as políticas de desenvolvimento turístico.	Há, sem grandes resultados.	Colaboração com a Câmara Municipal na consultoria sobre questões ligadas ao comércio e à melhoria, em geral, do turismo na cidade.
4	As principais atividades realizadas no centro histórico nos últimos anos.	Eventos musicais, a promoção de produtos da gastronomia local, atividades recreativas, performances de vários tipos. O evento mais importante foi a "Notte Bianca" durante a época de Natal. (Noite Branca: espectáculos musicais, performances de teatro na rua, lojas abertas durante toda a noite).	Estas são, principalmente, atividades de animação na rua ao longo do ano. Mas, especialmente, no período de Natal e durante o verão. Desta maneira, dinamiza-se o centro da cidade.
5	As actividades organizadas (ponto 4) que deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas e comerciais.	Sim, com comentários positivos seja da parte dos operadores, seja da parte dos utilizadores.	Houve um bom sucesso comercial. Ao longo do tempo, não. As razões prendem-se, sobretudo, com os problemas económicos, prevemos ainda numa grande crise.
6	A inclusão do centro histórico na Lista do UNESCO trouxe melhorias significativas para a cidade quanto a... a) Qualidade de vida; b) Fluxos turísticos; c) Comércio; d) Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística.	a) Sim, poderia melhorar; b) Sim, poderia aumentar; c) Sim, vai a melhorar; d) Sim, poderia haver.	a) a inscrição na Lista da Unesco pode ser uma boa ocasião de requalificação do centro histórico, e isso pode melhorar a condição de vida dos cidadãos; b) A marca UNESCO é conhecida e pode trazer maiores fluxos turísticos; c) Se aumenta o turismo, pode aumentar o comércio, em particular o sector ligado aos restaurantes ou os produtos típicos e ao artesanato; d) não sabe.
7	As principais dificuldades do centro histórico em em termos de comércio.	A viabilidade. Durante os últimos vinte anos, foram tomadas da parte da Câmara Municipal soluções para facilitar o fluxo de tráfego para sair fora do centro histórico, onde existem grandes centros comerciais. Há degradação estética e de limpeza, principalmente nas ruas laterais. Falta de planeamento e desenvolvimento pela Câmara Municipal nesta parte da cidade.	Faltam os clientes. Agora, no centro histórico moram poucas pessoas. Há muitas casas vazias, em más condições. Houve, no passado, uma política de aumento de novas construções fora do centro; o centro foi abandonado.
8	Propostas da parte da	A Câmara Municipal poderia	A colaboração com a Câmara

	Associação para resolver estes problemas.	começar uma política de requalificação urbana, com base em incentivos fiscais. Manter abertas ao tráfego alguns eixos principais de viabilidade. Além disso ocorreram políticas mais incisivas, que apontam sobretudo para o mercado internacional, considerando a proximidade com Roma e com o porto de Civitavecchia (maior porto de escala de cruzeiros, a nível nacional).	Municipal é muito importante para melhorar as coisas, mas cooperamos também com outras associações da cidade. Neste último período, vamos melhorar as formas de cooperação com outras associações.
9	Se as políticas de proteção do centro histórico, são centrais na ação administrativa da Câmara Municipal	Absolutamente não.	Há muitos problemas, principalmente de ordem económico e, também, burocrática. A recuperação do centro histórico da cidade é o início para imaginar um desenvolvimento turístico. Temos muitos encontros com a Câmara Municipal para melhorar a situação do turismo, esperamos que no futuro as coisas vão a melhorar.

Fonte: elaboração própria.

Quadro 42 - Respostas dos representantes de associações comerciais de Viterbo e Santarém.

A primeira pergunta, como sempre, quer saber o propósito da Associação. Ambas as Associações têm o mesmo objetivo: dar apoio as atividades empresariais. A resposta da Associação de Santarém é mais ampla; de facto entre os fins, indica também a realização de projetos. Desta forma, a Associação tem um papel mais proactivo na cidade.

A segunda pergunta destina-se a perceber a importância do turismo para as associações. Ambas responderam positivamente, um aumento do turismo pode trazer um aumento nos ganhos. A Associação de Santarém aponta que é necessário relançar o turismo na cidade, através da formação de rotas turísticas, como forma de atrair mais turistas e prolongar a permanência média (atualmente cerca de 2 dias).

A terceira questão, pergunta se existem formas de cooperação entre a Associação e Câmara Municipal no âmbito do turismo. As respostas de ambas as Associações foram

positivas. A Associação de Viterbo afirma que esta colaboração não trouxe resultados, ao contrário, no caso de Santarém, esta colaboração parece mais profícua.

As quarta e quinta pergunta foram tratadas juntas - a quarta pergunta foi sobre os eventos mais importantes realizados no centro histórico e, na outra pergunta, perguntava-se se os mesmos tiveram um bom sucesso em termos comerciais. As respostas da Associação de Viterbo são, em grande parte, positivas. Entre os melhores eventos, destaca-se a “Notte Bianca”, que teve uma grande resposta do público e dos ganhos. As respostas da Associação de Santarém foram mais completas. Os eventos organizados em períodos específicos do ano, como o Natal, tiveram resultados positivos, mas foi um sucesso efêmero, no curto prazo. Evidentemente, a Associação sentia a necessidade de um projeto mais amplo, que pode promover uma oferta duradoura e mais distintiva.

A sexta pergunta visava saber se a eventual inscrição do centro histórico na Lista da UNESCO pode trazer benefícios em termos de qualidade de vida, de fluxos turísticos, de comércio, a fim de dar acesso a novos fundos públicos e privados para a recuperação urbana e o desenvolvimento turístico. A resposta da Associação de Viterbo foi positiva em todas estas perguntas. A resposta de Santarém centrou-se na importância do "efeito UNESCO" e como esta classificação poderia trazer benefícios para a comunidade.

A sétima pergunta estava relacionada com as principais questões levantadas no centro histórico.

A resposta da Associação de Viterbo estava centrada em dois pontos: o trânsito e o abandono de algumas áreas mais marginais do centro, mesmo com problemas de saneamento urbano.

A resposta da Associação de Santarém, por sua vez, foi a de que o principal problema foi a falta dos clientes devido ao despovoamento do centro. Tudo isso foi o resultado de políticas urbanas passadas, que visaram a construção de novas habitações em áreas *extra moenia*, deixando, assim, o centro histórico praticamente vazio e em algumas áreas degradadas.

Em conclusão, ambas as Associações lamentam a falta de atenção por parte das instituições, assim como se irá aprofundar nas respostas oito e nove.

A pergunta 8 visava a conhecer as propostas da Associação para melhorar a situação do centro histórico, e se atualmente é um tema central nas políticas urbanas da Câmara Municipal (pergunta nove). As respostas por parte da Associação de Viterbo estão ligadas a necessidade de um planeamento mais amplo, baseado em três pontos: incentivos fiscais para as lojas do centro, de modo que elas possam ser mais competitivas, a requalificação urbana do centro e o projeto de uma rota turística que liga a cidade com o

porto de Civitavecchia, primeiro porto italiano de escala de cruzeiro. Além disso, a Associação denunciou o total desinteresse da Camara Municipal sobre os problemas do centro histórico.

As respostas da Associação de Santarém foram mais orientadas para uma maior sinergia com Camara Municipal para melhorar a situação do centro, apesar dos problemas econômicos e burocráticos.

## **VIII. COMPARAÇÃO ENTRE OS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Como já discutido, o “efeito UNESCO” é determinado segundo duas formas:

- para as cidades da WHL, foram analisados os fluxos turísticos relativos a um período que inclui os anos anteriores e posteriores à designação da UNESCO (o que não é possível em relação a Évora);
- comparou-se o fluxo de turistas no mesmo período de tempo (2002-2012) entre as cidades de Siena e Viterbo e, em seguida, os de Évora e Santarém.

Claramente, a análise dos fluxos considera tanto as chegadas como as dormidas para cada cidade em questão.

No caso de Siena, a cidade foi inscrita na WHL em 1995, como pode ser visto na Fig. 32, e em comparação com o ano anterior à entrada na Lista, as chegadas totais aumentaram 17,9%. O crescimento das chegadas parece constante ao longo dos anos, com um aumento de cerca de 15% por ano, exceto em 1998, onde houve uma diminuição em relação ao ano precedente de -20,55%.

Ainda em relação às chegadas, evidenciou-se uma superioridade dos estrangeiros em comparação com os italianos, em particular em 1999 e 2000; ainda em 2000, atingiu-se o valor mais alto: as chegadas de estrangeiros são iguais a 63,01% do total. Quanto às dormidas (Fig. 34), os valores totais aumentaram a partir de 1996 (ano posterior à inscrição na WHL), com exceção do ano de 1998, em que diminuem.



A tendência foi reforçada nos últimos dois anos do período considerado, onde as dormidas de origem estrangeira estão em clara maioria e representam 57,81% em 1999 e 55,04% em 2000.

No segundo arco temporal considerado, que vai desde o ano de 2002 até ao ano de 2012, as chegadas apresentam um carácter mais ou menos volátil, com valores máximos alcançados em 2012.

A mudança mais óbvia, em termos de percentagem, foi registada apenas nos últimos dois anos (2011-2012), com o valor de 7,9%, onde as chegadas de origem estrangeira foram a maioria ao longo do inteiro período considerado.

A variação da percentagem de chegadas em termos absolutos nos anos 2002-2012 foi de 9,49% (Fig.36).

As dormidas (Fig.37) possuíam um aumento constante desde 2006, com um percentual de crescimento, entre 2006 e 2012, de 19,75%.

As dormidas de estrangeiros estavam em clara maioria até 2009, momento desde o qual houve uma inversão a favor dos italianos, os quais atingiram valores máximos em 2009 (52,96%) e em 2010 (53,30%); nos últimos dois anos do período (2011 e 2012), as presenças das duas populações apresentaram valores praticamente iguais; de facto, as dormidas de italianos são de 50,62% em 2011 e de 50,37% em 2012 (Fig.38).

Se considerarmos o crescimento das presenças entre 2002 e 2012, em termos percentuais o valor é igual a 9,49%. Para a cidade de Viterbo, no período 2002-2012, as chegadas estão claramente em subida a partir de 2007, com um acréscimo percentual de 38,02% no período 2007-2012 (Fig.42).

As chegadas de italianos representam a clara maioria e são aquelas que caracterizam o fluxo de turistas na cidade. Na verdade, ao longo do período considerado, a percentagem de chegadas de estrangeiros não excede os 15,9% do total (2006).

Entre os anos de 2002-2012 a alteração na percentagem de chegadas totalizou 14,33% (Fig.43).

Quanto às dormidas (Fig.44), estas últimas tem uma taxa de crescimento positiva desde 2009, sendo que, entre 2009 e 2012, o aumento foi de 86,46%. Neste caso, também as presenças de italianos constituem a maioria e nunca têm valores menores de 84,91% (2006). O crescimento positivo na percentagem de presenças nos anos 2002-2012 ascendeu a 49,65% (Fig. 45). O Quadro 43 compara o aumento da percentagem das chegadas e das dormidas dos turistas nos anos 2002-2012 de Siena e Viterbo.

CIDADE	% TOTAL DE CHEGADAS	% TOTAL DE DORMIDAS
SIENA	9.49%	9.49%
VITERBO	14.33%	49.65%

Quadro 43 - Chegadas e dormidas turísticas nas cidades de nas cidades de Siena e Viterbo 2002-2012.

Considerando os dados acima descritos, parece que o fluxo de turistas em Siena apresenta um acréscimo significativo de chegadas e dormidas de estrangeiros desde 1996, enquanto no período de 2002-2012 a situação, tanto em termos de chegadas como em termos de presenças, parece estabilizar, com um aumento de ambos, igual a 9,49%.

A cidade de Viterbo, no período 2002-2012 mostra um crescimento nas chegadas de 14,33%, enquanto o valor das dormidas elevou-se a 49,65%, com chegadas e dormidas estrangeiras insignificantes. Isso leva-nos a considerar que o crescimento do turismo cultural de origem nacional para as cidades do património italianas também afetou Viterbo, onde em termos de dormidas foi alcançado o seu melhor resultado.

Esta situação sugere-nos que existe um “efeito UNESCO” na cidade de Siena, caracterizada principalmente por aumento das visitas de estrangeiros.

Para a cidade de Évora, dada a indisponibilidade de dados para o período 1980-1990 (cf. parágrafo V.2.12), serão examinados apenas os dados para o período de 2002-2012.

Para este período (Fig.48), em termos de chegadas, podemos distinguir duas fases diferentes de crescimento: a primeira, mais óbvia, centra-se no intervalo de 2003-2007 com uma variação de aumento de 25,12% e a segunda, após um declínio em 2008, considera os anos 2009-2012, com uma taxa de crescimento mais contida, igual a 6,78%. A percentagem de chegadas de estrangeiros está sempre em minoria, quando comparada com as nacionais, com valores que não excedem o 45,46% (Fig. 49).

No período 2002-2012 a taxa de aumento das chegadas alcançou uma percentagem de 10,3%. No que diz respeito às dormidas (Fig.50), estas também apresentam uma

tendência diferenciável em duas fases: a primeira mostra um aumento no período 2003/2007, com uma taxa de crescimento igual a 30,42%; a segunda, é uma fase decrescente ocorrida nos anos de 2008 e 2009, e finalmente, uma recuperação até 2012 com uma taxa de 15,04%.

As dormidas de origem portuguesa estão em clara maioria em relação às dos estrangeiros e só a partir de 2009 iniciou uma tendencial aproximação dos dados relativos às duas populações. Nos anos 2002-2012, a taxa de crescimento das dormidas foi igual a 37,07% (Fig.51).

As chegadas, no período 2002-2012, a Santarém, caracterizaram-se por duas fases distintas: a primeira interessa os anos 2003-2006 e vê um crescimento dos fluxos até 44,08%, enquanto a segunda fase abrange o período de 2006-2012 com uma redução da taxa em -44,32%. As chegadas de origem nacional estão em clara maioria, com valores nunca inferiores a 62,59%. Nos anos 2002-2012 a taxa de variação das chegadas foi igual a -38,25% (Fig. 54).

Também em relação às dormidas é possível distinguir duas fases: a primeira com um crescimento em 2002-2004 igual a 20,48%; e a segunda fase relativa ao período de 2004-2012, caracterizada por uma taxa negativa igual a -43,70% (Fig.56).

As dormidas de origem nacional estão sempre em maioria ao longo do período considerado, com uma ligeira diminuição em favor dos estrangeiros nos anos 2010-2012 igual a 18,45% (Fig. 55 e 57).

Durante o período de 2002-2012 em geral os números foram negativos, com um valor de -31,88%.

No Quadro 44 compara-se o aumento da percentagem de chegadas e de presenças de turistas nos anos 2002-2012 em Évora e Santarém.

CIDADE	% TOTAL DE CHEGADAS	% TOTAL DE DORMIDAS
ÉVORA	10.03%.	37.07%.
SANTARÉM	-38.25%.	-31.88%.

Quadro 44 - Chegadas e dormidas turísticas nas cidades de Évora e Santarém 2002-2012.

Os fluxos turísticos para Évora durante o período de referência, apresentam, de forma geral, valores de chegadas e presenças crescentes.

No entanto, nestes fluxos a percentagem de turistas de origem estrangeira permanece mais ou menos constante e é sempre inferior à de origem nacional, ocorrendo apenas um ligeiro aumento nos dois últimos anos. Contrariamente, o fluxo de turistas em Santarém apresenta resultados que vão contra a tendência.

De facto, tanto as chegadas como as dormidas, depois de uma fase inicial de crescimento (2002-2004), possuem valores claramente negativos, de modo que no período 2002-2012, diminuíram respetivamente -38,25% e -31,88% (Quadro 44).

Este valor opõe-se, assim, à tendência do turismo cultural para as cidades do património em Portugal, como foi previamente descrito no parágrafo III.2. Tal pode significar que Évora está sujeita ao “efeito UNESCO”, enquanto Santarém, apesar da sua herança cultural, está a ser penalizado, em termos de fluxo turísticos, pela falta de inscrição na WHL. De resto as mesmas autoridades municipais, convictas da importância da *brand* UNESCO em termos de atratividade turística, decidiram recentemente retomar a candidatura para a inscrição da cidade na WHL, já iniciada em anos anteriores.

Nos Quadros 45 e 46 mostram uma breve síntese dos dados coletados, para uma leitura mais rápida.

	Siena	Viterbo
<b>Fluxos turísticos</b>		
<b>Prazo 2002-2012</b>		
Percentagem total de chegadas	9.49%	14.33%
Percentagem total de dormidas	14.32%	49.65%
Estada média italianos	2.8	3.1
Estada média estrangeiros	2.1	2.9
Percentagem média de chegadas estrangeiras	67.93%	15.23%
Percentagem média de dormidas estrangeiras	52.83%	38.36%
Tendência do turismo para a região	O fluxo de turistas estrangeiros para a região está sempre em crescendo. Concentra-se, especialmente, no litoral e nas principais cidades do património.	O fluxo de turistas estrangeiros para a região está sempre crescendo. Concentra-se, na sua maioria, na capital. Tem uma duração média de cerca de 2 dias
Principais características dos fluxos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grande fluxo de turistas, principalmente em períodos específicos do ano;</li> <li>• grande impacto turístico no centro histórico;</li> <li>• os turistas estrangeiros são superiores aos turistas italianos;</li> <li>• Estada média ainda limitada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fluxos turísticos ainda limitados, mas em crescimento constante nestes últimos anos;</li> <li>• impacto turístico no centro histórico ainda limitado;</li> <li>• os turistas italianos são superiores aos turistas estrangeiros;</li> <li>• Estada média ainda limitada.</li> </ul>

Fonte: elaboração própria

Quadro: 45 - Breve comparação entre Siena e Viterbo.

	Évora	Santarém
<b>Fluxos turísticos</b> <b>Prazo 2002-2012</b>		
Percentagem total de chegadas	10.03%	- 38.25%
Percentagem total de dormidas	37.07%	- 31.88%
Estada média portugueses	1.4	1.6
Estada média estrangeiros	1.5	1.8
Percentagem inédita de chegadas estrangeiras	41.89%	29.85%
Percentagem média de dormidas estrangeiras	45.51%	30.47%
Principais características dos fluxos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fluxo turístico concentrada especialmente no verão;</li> <li>• evidentes sinais de turistificação em algumas partes centrais do centro histórico;</li> <li>• os turistas portugueses são em maioria respeito aos turistas estrangeiros;</li> <li>• Estada média ainda limitada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fluxos turísticos ainda limitados, em diminuição nestes últimos anos;</li> <li>• impacto turístico no centro histórico ainda muito limitado;</li> <li>• os turistas portugueses são em maioria respeito aos turistas estrangeiros;</li> <li>• Estada média ainda limitada.</li> </ul>

Fonte: elaboração própria

Quadro: 46 – Breve comparação entre Évora e Santarém.

A partir dos dados acima, entende-se que os fluxos turísticos para Siena atingem níveis muito elevados, mesmo causando vários problemas devido à forte pressão humana.

Alguns pontos críticos surgiram a partir da Associação dos Comerciantes de Siena, que acreditam que a classificação da UNESCO tem sido quase sempre "sofrida" e não a participada.

Por outro lado, o vereador de Viterbo, acredita que a inscrição na lista da UNESCO poderia melhorar o turismo na cidade, e da mesma opinião é a Associação de comerciantes.

O vereador Municipal de Évora aponta que inscrição levou muitos benefícios para a cidade, a partir da melhor qualidade de vida urbana, o aumento do comércio, o acesso a novos fundos da UE e do crescimento dos fluxos turísticos registados nos últimos anos<sup>302</sup>.

A situação de Santarém é mais complicada. Não definitivamente, claro, se a cidade vai completar o processo de inscrição para a lista da UNESCO. Porém o vereador Municipal e o representante da Associação dos comerciantes esclarecem que a adesão poderia trazer melhorias em geral para a cidade.

---

<sup>302</sup> Cf. Respostas nº 1, 2, 12 Entrevista 3QMev.

## IX CONCLUSÕES

A corrida ao estatuto de património mundial, as formas de animação, o mobiliário e os equipamentos urbanos, as opções urbanísticas e arquitetónicas não deixam de ser uma consequência deste efeito de reprodução em série de um modelo de desenvolvimento urbano que, pelo menos aos olhos dos responsáveis locais, cria novas oportunidades de afirmação das cidades, novas vantagens no domínio turístico e comercial e novos elementos que contribuem para reforçar a identidade local.

Este processo já foi descrito por Berhamou (1996), que esclarece que esta tendência se desenvolve em duas dimensões: uma cronológica e uma tipológica, ambas ligadas à expansão do conceito de cultura. Se, por um lado, a Lista vai crescendo porque maior é o número de itens que assume o carácter histórico com o tempo, por outro lado, mais tipologias vão consideradas como elegíveis. A consequência imediata desta tendência é que, desde os anos 1990, tem aumentado incessantemente o número de cidades históricas que estão a competir pelo mesmo mercado turístico (Peixoto, 2000 e 2001).

De facto, como escrevem Ryan e Silvanto (2009), citado por Santos (2014, p. 56), «A designação World Heritage Site (WHS) tem evoluído ao longo do tempo a partir de um estatuto técnico destinado exclusivamente à preservação, para uma marca aclamada e respeitada, que os países utilizam para atrair turistas do património, e esses turistas, por seu turno, confiam no momento da seleção do destino que vão visitar».

Portanto, em muitas situações, a marca UNESCO é utilizada, apenas, em termos de comunicação, em que, por vezes, há só uma apresentação do logótipo nos catálogos informativos ou pouco mais, como resulta das entrevistas das agências regionais de Toscana e Lazio.

Noutros casos, a inscrição na WHL induziu um processo virtuoso de reforço da oferta e um consequente aumento dos fluxos turísticos, metas alcançadas através do planeamento de eficazes estratégias de marketing dos destinos e do envolvimento de vários atores interessados no desenvolvimento turístico no território (Coccia, 2013)<sup>303</sup>, como sucedeu no caso de Siena e de Évora.

Como já vimos anteriormente, outros estudos argumentam, por outro lado, que a designação UNESCO tem impactos relativamente menores sobre os fluxos turísticos, representando mais uma oportunidade do que propriamente um valor em si mesmo: «overall across all of the WHS's the impact WHS status appears to have made on visitors

---

<sup>303</sup> O estudo intitulado *L'impatto turistico del patrimonio UNESCO*, editado por Coccia F.M. (2013), promovido pelo Insart, é consultável no site <http://www.impresaturismo.it/archivio/66-novembre-2013> (último acesso: 06.06. 2015). Além de cf. parágrafo II.4.



is minimal and it unclear whether WHS status on own is ever likely to be a significant enough factor in attracting higher numbers of visitors» (DCMS, 2008, p. 13)<sup>304</sup>. Também Prud'homme (2008) esclarece que se a designação certamente contribuiu para uma melhor atividade de conservação do património, por outro lado não teve um impacto significativo em termos de desenvolvimento local: «l'impact de l'inscription sur la liste du Patrimoine Mondial sur le développement local est largement exagéré» (p. 8), destacando o papel fundamental das administrações locais para planejar a capitalização da marca UNESCO, alavancando e investindo em todos os nós da cadeia de valorização turístico-cultural. Até mesmo o estudo anterior de Rebanks (2006) aponta para a ilegitimidade da questão do potencial “efeito UNESCO”, sem distinguir aspetos de grande importância, tais como: as condições socioeconómicas anteriores à designação, a localização geopolítica do local, a dimensão naturalística, cultural ou complexa do lugar, a especificidade do valor universal atribuída ao local, a data da designação, as razões na base da inscrição, a gestão do sítio e do seu território após a eleição, os investimentos e os projetos de desenvolvimento posteriores à referida designação.

Assim, em relação ao trabalho de pesquisa desempenhado, é necessário expor algumas considerações finais sobre a pergunta principal formulada no começo desta investigação:

**P.P. Os centros históricos incluídos na lista do património da UNESCO são capazes de atrair mais fluxos de turistas do que outros que não estão incluídos, ainda que apresentem características semelhantes?**

Desde logo, com base nos dados recolhidos relativos às cidades escolhidas para análise, assim como explicitado no parágrafo anterior, os locais UNESCO em termos turísticos demonstraram uma maior atratividade, sugerindo um “efeito UNESCO”, sobretudo entre os turistas estrangeiros - tanto que mesmo as duas cidades examinadas (Viterbo e Santarém), que não estão incluídos na WHL, planeiam começar (Viterbo)<sup>305</sup> ou completar (Santarém)<sup>306</sup> a inscrição na WHL, apenas para aumentar o fluxo de turistas e dar um novo impulso económico para a cidade.

---

<sup>304</sup> World Heritage for the Nation: Identifying, Protecting and Promoting our World Heritage A Consultation Paper.

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/78444/whconsultation\\_engversion.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78444/whconsultation_engversion.pdf) (último acesso 06.06.2015).

<sup>305</sup> Cf. Resposta nº 8 Entrevista 3QMvt.

<sup>306</sup> Cf. Resposta nº 8 Entrevista 3QMst.

Mas a questão é mais complexa. A relação entre o turismo e os sítios do património da UNESCO não é tão simples e imediata, existindo, de facto, como vimos, situações muito diferentes.

Como já abordado no parágrafo V.2, o sucesso turístico de um sítio da UNESCO depende de fatores externos, além da qualidade e importância do sítio mesmo.

Entre eles podemos destacar, pelo menos, três:

- a fácil acessibilidade a partir das grandes cidades, principais emissores de fluxos turísticos. Por esta razão, a escolha das cidades como caso de estudo foi efetuada de maneira a que as mesmas tivessem fácil acessibilidade: a Roma, no caso italiano, e a Lisboa, no caso português (seja pelo transporte público e seja pelos meios privados), assim como já foi referido;
- o enquadramento do turismo no contexto territorial. Obviamente, são favoritos os sítios da UNESCO que ficam localizados em áreas que já são desenvolvidos do ponto de vista do turismo. No caso italiano, seja a Toscana, seja o Lazio, representam regiões que recebem fluxos turísticos significativos, tanto nacionais como estrangeiros. A Toscana, em termos de quantidade de fluxos turísticos estrangeiros, em 2015, registou cerca 12.000 chegadas e 42.000 dormidas e é a terceira região italiana em termos de quantidade de fluxos turísticos<sup>307</sup>. A região do Lazio, por sua vez, em 2014, registou um total de 11 milhões de chegadas e 40 milhões de dormidas, atingindo 5 mil milhões de euros do volume de negócios, com uma tendência de crescimento<sup>308</sup>.

O Alentejo por sua vez, regista entre 2013/2014 um crescimento da procura turística do 17.2% (Portugal 11,0%), dos quais mais 25% das dormidas dos estrangeiros e mais 13.7% dos nacionais<sup>309</sup>;

- Presença, no território regional, de outros sítios da UNESCO, a partir do que decorre a importância das redes entre eles, principalmente para melhorar o conhecimento e o desenvolvimento do território, como vimos no parágrafo V.3. No caso italiano, a Toscana apresenta seis sítios da UNESCO<sup>310</sup>; o

---

<sup>307</sup> Cf. Resposta nº 3 Entrevista 3QRsi.

<sup>308</sup> Cf. Resposta nº 3 Entrevista 2QRvt Para ERT Alentejo não temos dados.

<sup>309</sup>

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/apresentacoes/Documents/Turismo-2020-Alentejo.pdf> (ultimo acesso 10.07.2016).

<sup>310</sup> Cf. Resposta nº 7 Entrevista 2QRsi.

Lazio, por sua vez, apresenta quatro (cf. Quadro 28). No Alentejo há dois sítios da UNESCO (cf. Quadro 29) – Évora e Elvas.

Além disso, como foi já tratado anteriormente em linhas gerais, o “efeito UNESCO” é muito significativo para os sítios ainda desconhecidos para o grande público, e pode ser uma ferramenta eficaz de promoção. Ao contrário, para os sítios famosos o valor da marca da UNESCO não é assim importante para atrair mais turistas<sup>311</sup>.

Como foi demonstrado pelo estudo patrocinado pela UNESCO Itália<sup>312</sup> e pela UNESCO Portugal<sup>313</sup>, a chancela da UNESCO é considerada pelo grande público como uma marca de qualidade turística, como uma espécie de selo de garantia sobre o valor do que se vai visitar.

De facto, nas políticas para desenvolvimento do turismo ao nível regional, tanto no caso da Região Toscana (Agenzia Regionale Toscana Promozione) tanto no caso da Região Lazio (Agenzia Regionale del Turismo), a marca da UNESCO é utilizada como um ponto de força e de prestígio da própria oferta turística.

Embora não existam relações directas entre a UNESCO e o sector do turismo das Regiões em causa<sup>314</sup>, no primeiro caso foram organizadas diversas iniciativas ao fim de promover o conhecimento dos sítios UNESCO de Toscana.

Por exemplo, foi publicada uma brochura de todos os sítios da UNESCO da Região (2015) que inclui, também, na última entrada na Lista, as vivendas dos Medici (antiga família nobre de Florença do Renascimento) e a participação em feiras do sector como WTE (Expo Mundial do Turismo, a exposição internacional de turismo da cidade e sítios do Patrimônio Mundial). Em 2016, vai decorrer em Pádua, desde 23 até 25 de setembro de 2016<sup>315</sup>.

A mesma orientação é vista nas atividades da Região Lazio, onde os sítios da UNESCO representam recursos de grande importância<sup>316</sup>.

Para a ERT Alentejo, não podemos fazer nenhuma consideração, na falta de informações.

Outro aspecto, a inscrição na WHL, é considerada por alguns grupos sociais um fenómeno limitativo ou fonte de aumentos dos custos das atividades.

---

<sup>311</sup> Cf. Resposta nº 2 Entrevista 1QUit.

<sup>312</sup> Cf. *Il Valore del Brand UNESCO* (2011) eds IULM.

<sup>313</sup> Cf. *Valor Económico da Ligação da UNESCO em Portugal* (2014) eds. Rebelo et al.

<sup>314</sup> Cf. Resposta nº 4 Entrevista 1QRsi e Resposta nº 7 Entrevista R1QRvt.

<sup>315</sup> Cf. Respostas nº 2 e 4 Entrevista 2QRsi.

<sup>316</sup> Cf. Resposta nº 6 Entrevista 2QRvt.

Por exemplo, para a Confcommercio de Siena (associação dos comerciantes), a inscrição na Lista as vezes representa um obstáculo para as atividades empresariais.

Há muitas limitações e regras a serem observadas e tudo está associado a uma burocracia muito pesada e com aumento dos custos<sup>317</sup>.

As mesmas reservas podem ser encontradas entre os proprietários dos imóveis no centro histórico, especialmente em áreas não-centrais, consideradas periféricas. Para restaurarem o seu imóvel são forçados a seguir as indicações do Plano urbanístico (são muitas restritivas), com um aumento significativo dos custos, seja para construção, seja para preparar pedidos de autorização para as obras a realizar<sup>318</sup>. Assim, muitos proprietários, por razões económicas, não conseguem fazer as obras e muitas casas abandonadas, com efeitos graves para toda a cidade – o que não deixa de ser paradoxal.

Em termo de **recomendações** emerge, em primeiro lugar, a tendência de interpretar de forma extensiva os critérios guias para a seleção do Património UNESCO. Tal comportamento, no entanto, tal como descrito no parágrafo IV.1, reflete a expansão do conceito de cultura e de bem cultural, que atingiu o mais alto nível nesta evolução com a introdução da proteção dos bens imateriais, selecionados, na maioria dos casos, de acordo com critérios de avaliação que, objetivamente, parecem pouco deterministas.

Ou seja, o critério de inclusão deve pautar-se sempre pelo valor universal do bem e se se generalizar a ideia de que as razões políticas comandam este processo, os efeitos esperados da classificação na lista da UNESCO deixam de se verificar, principalmente a transferência de valor cultural de peritos para visitantes/consumidores.

Neste sentido, as novas inscrições devem pautar-se pelo cumprimento sério de critérios de inclusão, que deverão ser cada vez mais exigentes, para evitar o aumento em grande escala do número de bens inscritos.

Se esta situação continuar, sem que haja uma mudança de curso, é fácil prever, num futuro próximo, um aumento significativo das diferentes listas da UNESCO.

Se, por um lado, a marca da UNESCO pode perder o seu carácter original de seleção de bem de valor excecional, para se transformarem numa espécie de recenseamento das culturas mundiais, por outro lado, paradoxalmente pode diminuir o seu valor ou eliminar completamente o “efeito da UNESCO”.

Em segundo lugar, compreende-se que o desenvolvimento económico e a designação UNESCO é uma ligação bastante incerta e que a inclusão na WHL, por si só, pode não

---

<sup>317</sup> Cf. Resposta nº 6 Entrevista 4QCSI.

<sup>318</sup> Cf. Resposta nº 5 Entrevista 3QMEV.

ser suficiente para desencadear processos virtuosos de desenvolvimento local, como vimos anteriormente. Num cenário de maior concorrência entre as cidades, onde as finanças públicas sofrem de limitados recursos, o pedido de novas inscrições no WHL, por parte das administrações municipais deve ser precedida de um cuidadoso exame dos custos e benefícios.

Para os centros históricos já incluído no WHL, é preciso uma intervenção direta por parte das instituições. Para superar essas dificuldades é possível agir em duas frentes:

- oferecer incentivos económicos que ajudem os proprietários a renovar os próprios imóveis (na verdade em alguns municípios italianos há uma forma de benefícios fiscais);
- agilizar práticas burocráticas, talvez através de planos urbanos altamente detalhados e com regras simples de aplicação fácil de interpretar.

Para conclusão desta investigação, considera-se adequado um trecho do discurso de abertura do Diretor-Geral da UNESCO, Irina Bokova, no início dos trabalhos da primeira Conferência Mundial dos Ministros do Turismo e da Cultura organizada pelo UNWTO e pela UNESCO, realizada em Siem Reap (Camboja), de 4 a 6 de Fevereiro de 2015, com o objetivo de discutir uma possível integração mais estreita entre o turismo e a cultura:

«A cultura molda a nossa identidade e é o meio de promoção da tolerância entre as pessoas. Trata-se também de um caminho para criar empregos e melhorar a vida das pessoas. A mensagem fundamental desta Conferência será a preservação cultural por meio do turismo sustentável».

## X. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACRI (2003) *8° Rapporto delle Fondazioni Bancarie* suppl. n° 3 pp. 168-190.

Albanese A. Cristini C. (2007) (ed.) *Psicologia del turismo: prospettive future*. Franco Angeli, Milano.

Alarcão J. (1974) *Portugal romano. Historia mundi*. Verbo, Lisboa.

Amendola G. (1997) *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*. Laterza, Roma-Bari.

Amendola G. (2010) *Tra dedalo ed Icaro. La nuova domanda di città*. Laterza, Roma - Bari.

Andreotti G. (1997) (ed.) *Prospettive di geografia culturale*. La Grafica, Trento.

Anholt S. (2007), *L'identità competitive*. Egea, Milano.

Aruda V. (1971) *Santarém no tempo*. Comissão Municipal de turismo de Santarém.

Ashworth G. ,Tunbridge J. (1990) *The Tourist-Historic City*. Belhaven, London.

Ashworth G.J. Tunbridge J. (2000) *The Tourist-historic City: retrospect and prospect of managing the heritage city*. Pergamon, New York.

Ashworth G. J. (2008) *Paradigms and paradoxes in planning the past*. In Smith M. Onderwater L. "Reflections 2008, Selling or Telling? Paradoxes in tourism, culture and heritage" Atlas Arnhem, pp. 23-34.

Augé, M. (1998) *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Gedisa, Barcelona.

Avelino J.L. (1998) *O protagonismo territorial das cidades intermédias. O sistema urbano local de Santarém/Almeirim/Cartaxo* EPRU n. 48 Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.

\*\*\*\*\*

Bagnoli L. (2010) *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici*. Utet-De Agostini, Novara.

Baker M. (2012) *The Marketing book*. Routledge, London.

Battilani P. (2009) *Vacanze di pochi, vacanze di tutti*. Il Mulino, Bologna.

Barata Salgueiro T. (1999) *Cidade pós-moderna. Espaço fragmentado*. In III Congresso de Geografia Portuguesa Setembro 1997, Colibri e Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa pp. 225-236.

Barata Salgueiro T. (2005) *Paisagens Urbanas*. In Madeiros C.A. (ed.) "Geografia de Portugal – Sociedade, Paisagens e Cidades" vol. II Círculo dos Lietores, Lisboa pp. 230-300 e 343-365.

Becheri E. (2009) (ed.) *Il turismo nelle città d'arte. Caratteristiche, tendenze e strategie di sviluppo*. Osservatorio Nazionale per il Turismo Mercury, Firenze.

Beirante M.A. (1980) *Santarém Medioeval*. Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa.

Beirante A. (1988) *Évora da Reconquista ao Século XVI*. Trabalho apresentado em provas de Aptidão Pedagógica e capacidade Científica, Universidade de Évora, polic.

Bell, D. Jayne, M. (2004) *City of Quarters: Urban Villages in the Contemporary City*. Ashgate, Aldershot.

Bencardino F. Prezioso M. (2007) *Geografia del turismo*. McGraw-Hill, Milano.

Benevolo L. (2008) *La città nella storia d'Europa*. Laterza, Roma – Bari.

Benhamou F. (1996) *Is Increased Public Spending for the Preservation of Historic Monuments Inevitable? The French Case*. In "Journal of Cultural economics", n. 20 pp. 115-132.

Béni M. C. (2007) *Análise Estrutural do Turismo*. SENAC, São Paulo.

Bell D. Jayne M. (2004) *City of Quarters Urban. Villages in the Contemporary City*. Asgate, London.

Bellezza G. (1999) *Geografia e beni culturali: riflessioni per una nuova cultura della geografia*. Franco Angeli, Milano.

Bernardi R. Gambirone E. (2004) *Turismo e geografia. Un'esperienza didattica nell'area benacense*. Pàtron, Bologna.

Berrino A. (2011) *Storia del turismo in Italia*. Il Mulino, Bologna.

Bertalanffy, L. (1973) *Teoria geral dos sistemas*. Vozes, Petrópolis.

- Bywater, M. (1993) *The market for cultural tourism in Europe*. In "Travel and Tourism Analyst" n.6, pp. 30-46.
- Boyer M. (1997) *Il turismo dal Grand Tour ai viaggi organizzati*. Electa, Milano.
- Bonink, M. Richards G. (1992) *Cultural Tourism in Europe. A Transnational Research Initiative of the ATLAS consortium*. Centre for Leisure and Tourism Studies, London.
- Boullón R. (2002) *Planejamento do espaço turístico* Universidade do Sagrado Coração.
- Bravo G.L. Tucci R. (2006) *I beni culturali demo-etno-antropologici*. Carocci, Roma.
- Brito Henriques E. (1996a) *Turismo património e cultura: da revitalização urbana ao risco de manipulação das paisagens*. In Cavaco C. (ed.) *Turismo e Lazer* Colectânea de artigos, col. E.P.R.U. n. 45 Centro Estudos geográficos, pp. 53-65.
- Brito Henriques E. (1996) *A Lisboa turística entre o imaginário e cidade*. Colibri, Lisboa.
- Brito Henriques E. (2003) *Cultura e território. Das políticas às intervenções. Estudo geográfico do património histórico-arquitectónico e da sua salvaguarda*. Tese de Doutoramento Universidade de Lisboa.
- Brognia M. (2003) *L'impatto economico del turismo d'arte a Roma*. In Morelli P. (ed.) "Beni Culturali e turismo nelle città d'arte italiane". Franco Angeli, Milano, pp. 411-422.
- Bognetti G. Gerelli E. (1974) *Beni pubblici. Problemi teorici e di gestione*. Franco Angeli, Milano.
- Bohigas O. (1999) *Valorización de la periferia y recuperación del centro. Recuperación del frente marítimo*. In Maragal P. (ed.) "Europa, Region y Ciudades Europa proxima" Universidade de Barcelona, Barcelona pp. 199-214.
- Boriani M. (2008) *Progettare per il costruito*. Città Studi Edizioni De Agostini Scuola, Novara.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press, Cambridge.
- Buckley R. (2002) *World Heritage Icon Value: Contribution of World Heritage Branding to Nature Tourism*. Australian Heritage Commission, Canberra.
- Buhalis D. (2000) *Marketing the competitive destination of the future*. In "Tourism Management" vol. 21, no. 1, pp. 70-84.



Butler R.W (1980) *The concept of a tourist area cycle of evolution*. In “Canadian Geographer”, vol. 24, Pergamon Press, Oxford.

Burgers, J. (1995) *Public Space in the Post-industrial City*. In Ashworth, G.J. e Dietvorst A.G.J.(eds.) “Tourism and spatial transformations”, Cab Internacional, Oxon, pp. 147-158.

Burns L. G. (2004) *Anthropology and tourism: Past contributions and future theoretical challenges*. In “Anthropological Forum”, vol. 14, n. 1, pp. 5-22.

\*\*\*\*\*

Caetano L. (1996) *Diffusion Spatiale de la Croissance Industrielle dans les Villes Moyennes au Portugal*. In Wackermann (ed.) “Nouveaux Espaces et Systèmes Urbanos” SEDES, Paris.

Campos Venuti G. (1987) *La terza generazione di Piani Urbanistici*. Franco Angeli, Milano.

Câmara Municipal de Évora Plano de Urbanização – Alteração: Relatório (2011).

Câmara Municipal de Évora Plano Diretor Municipal Relatório (2007).

Caldo C. (1994) *Beni culturali e geografia*. Pàtron, Bologna.

Calvino I. (1972) *Le città invisibili*. Laterza, Roma-Bari.

Candau J. (2002) *Antropología de la memoria*. Nueva Visión, Buenos Aires.

Cannizzaro S. (2011) *Per una geografia del turismo*. Pátron, Bologna.

Carmona M. (2006) *Há 60 anos, uma “explosão” sacudia o mundo da moda: o biquini*. In “A Página da Educação” (Outubro 2006), p. 39.

Caroli M. G.(2006) *Il Marketing territoriale*. Franco Angeli, Milano.

Casari M. (2008) *Turismo e Geografia*. Hepli, Milano.

Castells, M. (2000) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. V. 2. “El Poder de la Identidad.”, Alianza Editorial, Madrid.

Cavaco C. Simões J. M. (2009) *Turismos de nicho: uma introdução*. In Simões J. M. Cardoso C. “Turismos de nicho”, Centro Estudos Geográficos, Lisboa, pp.15-39.

Cavallaro C. Pipino A. (1991) *Geografia del turismo. Antologia*. Giappicchelli, Torino.

- Cavém M. (2007) *Centro Históricos contemporâneos. Mudanças de perspectivas na gestão. Caso de estudo de Lisboa e Bruxelas*. Tese de Mestrado, Universidade de Lisboa.
- Cellini R. (2011) *Is Unesco recognition effective in fostering tourism? A comment on Yang, Lin and Han*. In "Tourism Management", vol.32, n.2, pp. 452-454.
- Cervellati P.L. Scannavini R. (1977) *Bologna: politica e metodologia del restauro nei centri storici*. Il Miluno, Bologna.
- Chambers E. (2000) *Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism*. Waveland Press, Illinois.
- Chambers, E. (2005) *Can the Anthropology of Tourism make us better travelers?* In "National Association for the Practice of Anthropology Bulletin" vol. 23, n. 1, pp. 27-44.
- Choay F. (1996) *L'allegoria del Patrimonio*. Officina, Roma.
- Choay F. Merlin P. (1996) *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*. Presses Universitaires de France II édition, Paris.
- Choay F. (2003) *Espacements: Figure di spazi urbani nel tempo*. Skira, Milano.
- Choay, F. (2011) *As Questões do patrimônio. Antologia para um combate.*: Edições, Lisboa.
- Claudino S. (2014) *Escola, Educação Geográfica e Cidadania Territorial*. In "Scripta Nova" Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales". Universidad de Barcelona, Vol. XVIII, núm. 496 (09), 1 de diciembre de 2014, Universidad de Barcelona (<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-496/496-09.pdf>).
- Coelho A. (1972) *Portugal na Espanha Árabe*. V.1, Seara Nova, Lisboa.
- Cohen E. (1972) *Towards a sociology of international tourism*. In "Social Research" n.39, pp. 164-182.
- Cohen, E. (1979) *A phenomenology of tourist experiences*. In "Sociology" n.º 13, pp. 179-201.
- Cohen E. (1988) *Authenticity and commoditisation in tourism*. In "Annals of Tourism Research", n.º 15, pp. 371-386.
- Cohen E. (2004) *Contemporary tourism Diversity and change*. Elsevier, Amsterdam.
- Cobin (1996) *L'invenzione del tempo libero (1850-1960)*. Laterza, Roma- Bari.

- Codeluppi V. (2007) *La moda e la città*. Carocci, Roma
- Confalonieri M. (2008) *Il Turismo sostenibile* Giappichelli, Torino.
- Conrady R., Buck M. (2014) *Trends and Issues in Global Tourism*. Springer-Verlag, New York
- Cooper C. Fletcher J. Fyall A. Gilbert Downhill S. (2007) *Turismo – Princípios e práticas*. (III ed.) Pitman Publishing, Porto Alegre.
- Corna Pellegrini G. (2010) *Geografia dei valori culturali*. Carocci, Roma.
- Costa A. (1974) *Santa Iria e Santarém, revisão de un problema hagiográfico e toponímico*. In “Revista portuguesa de história”, v. 14, pp. 1-63.
- Costa A. (2013) *Lugares praticados versus lugares de memória*. In “RP – Revista Patrimônio”, Direção Geral do Patrimônio Cultural – DGPC, Lisboa.
- Costa C. (2005) *Turismo e cultura: Avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)*. In “Análise Social”, v. XL, pp. 279-295.
- Costa, E. M. (2002) *Cidades médias. Contributos para a sua definição*. In “Finisterra” XXXVII, 74, pp. 101-128.
- Costa N. (1993) *Macro tecniche e Micro tecniche di Gestione degli Impatti Ambientali del Turismo*. In “Turistica”, n. 1 p. 33-40.
- Costa, J., Rita, P., Águas, P. (2001) *Tendências internacionais em turismo*. Lidel, Lisboa-Porto-Coimbra.
- Cristofani M. (1979) *Siena: le origini testimonianze e miti archeologici*. Olschki, Firenze.
- Croci E. (2009) *Il Turismo culturale. Il marketing delle emozioni*. Franco Angeli, Milano.
- Cunha L. (2003) *Perspectivas e tendências do turismo*. Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.
- Cunha L. (2009) *Introdução ao turismo*. (IV ed.) Editorial Verbo, Lisboa.
- Cusimano G. (2008) *Turismo culturale segmento o macroprodotto?* In De Cantis S. Olivieri A.M. (eds.) “Analisi dei mercati turistici regionali e sub regionali”, Cleup, Padova, pp. 43-48.

Custodio J. (1996) *Santarém, cidade do mundo: investigação realizada no âmbito da candidatura de Santarém à classificação pela UNESCO como património mundial*. Câmara Municipal de Santarém. 2 vol.

\*\*\*\*\*

Dall'Ara G. (2005) *Turismo sociale, storia e attualità del diritto alle vacanze*. Panozzo, Rimini.

Dallari F. (1996) *I Beni Culturali, elemento di strategia territoriale. Un nuovo progetto geografico*. In "Geotema", n. 4, pp. 89-96.

Dann G.M.S. (1998) *There's no business like old business: tourism, the nostalgia industry of the future*. In Theobald W.F (ed.) "Global Tourism", II ed. Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 29-43.

De Caprio V. (2008) (ed.) *Via Cassia e Via Francigena nella Tuscia*. Settecittà, Viterbo.

Deegan N. (2012), *The local-global nexus in the politics of World Heritage: space for community development?* In Albert M.T. (ed.) "Community development through World Heritage," pp. 77-82.

De Iulio R. (2010a) *Aspetti geografici del turismo in Portogallo. Una analisi della loro evoluzione nel tempo*. In "Bollettino della Società Italiana di Geografia", n. 2, pp. 383-400.

De Iulio R. (2010b) *Alle origini del turismo lusitano.: aspetti geografici negli scritti di alcuni viaggiatori stranieri nel Portogallo tra i secoli XVIII-XIX*. In Platania G. Rosa C. Russo M. (eds) "Hinc illae lacrimae. Studi in memoria di Carmen Radulet. Settecittà, Viterbo, pp. 132-148.

De Iulio R. Claudino S. (2010) *Almeida città militare portoghese verso nuove funzioni strategiche*. In Pellicano A. (ed.) "Città e sedi umane fondate tra realtà e utopia" Pancallo, Locri (RC) pp.435-454.

De Iulio R. Sileoni M.L. (2014) *Tra montagna e pianura: un itinerario storico geografico nell'area termale di Viterbo*. In Carbone L. Ciaschi A. (eds.) "La montagna oggi: da dimora di Dio a laboratori di saperi", Settecittà, Viterbo.

Delgado M. (2002) *Disoluciones urbanas*. Universidad de Antioquia, Medellín.

De Masi D. (1994) *Sviluppo senza lavoro*. Ed. Lavoro, Milano.

.DGOTDU – Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano (2005) *Vocabulário de termos e conceitos de ordenamento do Território Colecção Informação*. Direção de Estudos e Planeamento Estratégico, Lisboa.

Dematteis G. (1998) *La geografia dei Beni Culturali come sapere progettuale*. In "Rivista Geografica Italiana", CV n. 1, pp. 25-35.

De Seta C. (1989) *L'Italia nello specchio del Grand Tour*. In "Storia d'Italia", vol. V Einaudi, Torino p. 137-143.

Dewere K. du Cross H., Li W. *The search for Heritage brand awareness beyond the iconic heritage: a case study of the Historic Centre of Macao*. In "Journal of Heritage Tourism" n. 7(4), pp. 323-339.

Di Stefano R. (1979) *Il recupero dei valori: centri storici e monumenti. Limiti della conservazione e del restauro*. Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.

Di Stefano R. (1989) *La Carta delle città storiche e il piano di salvaguardia per Napoli*. Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.

Di Stefano R. (2003) *Il recupero dei valori: centri storici e monumenti. Limiti della conservazione e del restauro*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.

Di Vittorio A. (2010) *Prospettive di turismo esperienziale nel contesto dell'economia italiana*. In "Economia italiana", n. 2, pp. 525-536.

Dizionario di Architettura e Urbanistica (1969).

Drohan M. (1995) *Bloody tourism: invasion of foreign orders*. In "The Globe and Mail" Toronto - 7 de Outubro.

du Cros H. (2007), *Too Much of a Good Thing? Visitor Congestion Management Issues for Popular World Heritage Tourist Attractions*. In "Journal of Heritage Tourism", Vol. 2, N. 3, pp. 225-238.

du Cros H. Mckercher B. (2015) *Cultural Tourism*. Routledge, London.

Dumazedier, J. (1967) *Toward a Society of Leisure*. The Free Press, New York.

Dumazedier, J. (1975) voz *Ocio* em "Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales", vol. 7. Aguilar, Madrid, pp. 402-407.

\*\*\*\*\*

Ejarque J. (2013) *Il turista social per le destinazioni turistiche. Attitudini, caratteristiche e modalità di viaggio del turista Web 2.0*. In "Destinations & Tourism", n.17, pp. 2-4.

Ercole E. (2013) *Smart Tourism: il ruolo dell'informazione social*. In "Annali del Turismo" v. 2 edizioni Geoprogress, pp. 35-48.

Espanca T. (1966) *Inventário Artístico de Portugal. Conselho de Évora*. Academia Nacional das Belas Artes, Lisboa.

Espanca T. (1987) *Évora, Arte e História*. Câmara Municipal de Évora.

Evans G. (2002) *Living in a world heritage city: stakeholders in the dialectic of the universal and particular*. In "International Journal of Heritage Studies", n. 8, pp. 117-135.

\*\*\*\*\*

Faggiani G. Imbesi G. Morabito G., Vaccaro G. (2008) *Trasformazioni urbane e progettualità turistica. Per la valutazione delle interrelazioni turistiche*. Gangemi, Roma.

Fernández Fuster, L. (1991) *Historia general del turismo de masas*. Alianza, Madrid.

Ferrão J. (1997) *Meios Inovadores em Cidades de Média Dimensão: uma utopia razoável?* In actas do Congresso in Évora em 23 de Novembro 1995 "Políticas de Inovação e Desenvolvimento Regional e Local", Instituto da Ciência Sociais Universidade de Lisboa, pp. 31-51.

Ferrão J. (2003) *Intervir na cidade: complexidade, visão, rumo*. In Portas, N.; Domingues, Á. e Cabral, J. (eds.) "Políticas Urbanas – tendências, estratégias e oportunidades", Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, pp. 52-64.

Fonseca L. (1996) *Caldas da Rainha Colóquio Internacional Cidades Médias e Desenvolvimento Sustentável*, 29 de Abril. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Coimbra, Coimbra.

Formato R. (2006) *Ingegneria del turismo*. Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.

Fortuna C. (1997) *Destradicionalização e a imagem da cidade. O caso de Évora*. In Fortuna C. (ed.) "Cidade, cultura e globalização", Celta, Oeiras, pp. 231-258.

Franch M. (2010) *Marketing delle destinazioni turistiche. Metodi, approcci e strumenti*. McGraw-Hill, Milano.

Frey B. Steiner L (2010) *World Heritage List: Does it Make Sense?* Working Paper n.484, Department of Economics University of Zurich.

\*\*\*\*\*

Gabriel. M.E. (1998) *O lugar do património no desenvolvimento local e regional- o caso de Santarém*. Tese de mestrado, Universidade do Algarve e Universidade de Paris VIII.

Gabriel M. (2004) *Património mundial e desenvolvimento regional: O caso de Santarém*. in “Estudos I” Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, Faro.

Galhardo, M. (1996) *As Convenções da UNESCO no domínio do património cultural*. In “Direito do Património Cultural” n. 97 Instituto Nacional de Administração.

Gama A Santos N. (2008) *Lazer. Da libertação do tempo á conquista das práticas*. Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra.

Gambi L. (1983) *Città fuori dai capoluoghi*. In “Città da scoprire. Guida ai centri minori. Italia settentrionale”, Touring Club Italiano, Milano.

Garibaldi R. (2012) *Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020*. Franco Angeli, Milano.

Garibaldi R. (2014) *Il turismo culturale europeo Città ri-visitate. Nuove idee e forme di turismo culturale*. Franco Angeli, Milano.

Gartner W. (1996) *Tourism development – Principles, processes and policies*. John Wiley and Son, New York.

Gaspar J. (1985) *A dinâmica funcional do centro de Lisboa*. Livros Horizontes, Lisboa.

Gaspar J. et al. (1998) *Cidades Médias: Imagem Quotidiano e Nova Urbanidades*. EPRU n. 47, Centro de Estudos Geograficos, Lisboa.

Gaviria, M. et al. (1974) *España a go-go: Turismo chárter y neocolonialismo del espacio*. Turner, Madrid.

Germann Molz J. (2012). *Travel Connections: Tourism, Technology and Togheterness*. In “Mobile World”, Routledge, London.

Gianbruno M (2007) (ed.) *Per una storia del Restauro urbano. Piani strumenti e progetti per i centri storici*. Città Studi, Milano.

Gimma M.G. (2001) (eds.) *Il centro storico di Viterbo*. Betagamma, Viterbo.

Gomes Domingues, A. (2000) *Turismo cultural y política cultural urbana: posibilidades y divergencias*. In Herrero Prieto, L. C. (eds.) "Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza", Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, pp. 343-363.

Gómez A.L. (1988) *Aproximación histórica al estudio de la geografía del ocio. Guía introductoria*. Anthropos, ed. del Hombre, Barcelona.

Gomez B., Jones J.P. III (2010) *Research methods in Geography*. John Wiley & Sons Ltd, Chichester.

Graham B. (2000) *The past in place: historical geographies of identity*. In Graham B. e Nash C. (eds.) "Modern Historical Geographies", Pearson Harlow, pp. 70-99.

Graburn N. (1977) *Tourism: The Sacred Journey*. In Smith, V. (1977) "Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism", University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 17-32.

Gravari-Barbas M. e Jacquot S. (2008) *Impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: une revue de la littérature*. Polygraphié, Paris.

Gregori L. (2001) *La cinta muraria di Viterbo*. In Gimma M.G. (ed.) "Il centro storico di Viterbo", Betagamma, Viterbo pp.225-228.

Gromicho A. (1962-1963) *Origens da cidade de Évora*. In "Boletim A Cidade de Évora", n. 45-46, pp. 29-32.

Grosso R. (2007) (ed.) *La cultura per un nuovo modello di sviluppo. Quarto rapporto Annuale di Federculture 2007*. Allemandi & C., Torino.

Guedes A. *O domínio do cultural no turismo organizado. O caso Português: da polarização territorial á valorização endógena e local*. Tese de doutoramento. Univeridade de Salamanca, Faculdade de Geografia e História.

Guidoni E. (1988) *Arte e Urbanistica in Toscana 1000 – 1315*. Bulzoni, Roma.

Gunn, C. (1972) *Vacationscape: Designing tourist regions*. University of Texas, Austin.



\*\*\*\*\*

Hall C. M. (2008) *Tourism planning: policies, processes and relationships*. (II ed.) Pearson, Essex.

Heart T. Oc T. Tiesdell S. (1996) *Revitalizing Historic Urban Quarters*. Architectural Press, Oxford

HEFILWIC (1997) *Medium sized city of Europe European Foundation for the Improvement of living and working conditions*. Dublin.

Heilbrun J. Gray M. (1993) *The economics of art and culture*. Cambridge University Press, Cambridge.

Henriques C. (2003) *Turismo, Cidade e cultura. Planeamento e Gestão Sustentável*. Edições Sílabo, Lisboa.

Herbert D.T. (1989) *Does interpretation help?* In D.T. Herbert R.C. Prentice e C.J. Thomas (eds) "Heritage Sites: strategies for marketing e development" Avebury Alershot, pp.1-14.

Herbert D.T. (2001) *Literary places, tourism and heritage experience*. in "Annals of tourism Research", n. 28, pp. 312-333.

Howkins, J (2001) *The Creative Economy* .Penguin, London.

Hunziker W. Krapf K. (1942) *Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Polygraphisches Verlag, Zürich.

\*\*\*\*\*

Informazioni del Centro di Catalogazione dei Beni Culturali di Viterbo (1997) n. 13.

Innocenti P. (2004) *Geografia del turismo*. Carocci, Roma.

Inskeep, E. (1991) *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand, Reinhold.

ISNART (2009) *La marca come identità turistica del territorio*. Dossier n. 2.

IULM (2011) *Il valore del brand UNESCO*. Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco.

\*\*\*\*\*

Jacobsen, J. K. S (2000) *Anti-tourist attitudes: mediterranean charter tourism*. In "Annals of Tourism Research", n° 27 (2), pp. 284-300.

Jafari J. (1977) Editor's page in *Annual of Tourism Research*. vol. V oct-dic. p. 8.

Jafari J. (1987) *Tourism models: The sociocultural aspects*. In "Tourism Management" n.º 8, pp. 151-159.

Jimura T. (2011) *The impact of world heritage site designation on local communities. A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura*. In "Japan, Tourism Management" n. 32, pp. 288-296.

Johnson P. Thomas B. (1995) *Heritage as business*. In Herbert D.T. (ed.) "Heritage, Tourism and Society", Mansell, London, pp. 170-190.

Judd D. Fainsten S. (1999) *The tourist Cities*. Yale University Press, New Haven.

\*\*\*\*\*

Klamer, A. (2003). *A pragmatic view on values in economics*. In "Journal of Economic Methodology", n. 10 (2) pp. 1-24.

Kotler P. (2004) *Marketing management*. Pearson Pretice Hall, Milano.

Koper A. (2001) *Cultura. La versión de los antropólogos*, Ediciones Paidós, Barcelona.

\*\*\*\*\*

Lajugie J. (1974) *Les Villes Moyennes Cujas*, Paris.

Landry C. (2000) *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Earthscan, London

Law C. (1993) *Urban tourism and its contributions to economic generation*. In "Urban Studies" n.29 pp. 599-618.

Leiper N. (1995) *Tourism Management*. RIMT Press, Melbourne.

Leiper, N. (1979) *The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry*. In "Annals of Tourism Research", v. 6, pp. 390-407.

Lemmi E. (2012) *Dinamiche e processi nella "geografia delle città" in Italia, quadro storico di fine millennio*. Franco Angeli, Milano.

Leoni P. (2004) *Alla ricerca del genio del luogo: riflessioni sull'identità delle destinazioni turistiche*. Franco Angeli, Rimini.

Lichfield N. (1999) *The British Scene* presented at the symposium "The Urban and Regional Planning requirements for a Cultural Heritage conservation policy" European Union Commission Programme Raphaël, Roma 26-7. 02. 1999.

Linder, S. B. (1970) *The Harried Leisure Class*. Columbia University Press, New York.

Lyotard J.F. (1981) *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*. Feltrinelli, Milano.

Lohmann G. Panosso Netto A. (2008) *Teoria do Turismo. Conceitos, Modelos e Sistemas*. ALEPH, São Paulo.

Londei E. F. (1982) *La Parigi di Haussman. La trasformazione urbanistica di Parigi durante il Secondo Impero*. Kappa, Roma.

Lozato Giotard J.P. (2002) *Geografia del Turismo. Dallo spazio visitato allo spazio consumato*. Franco Angeli, Milano.

Lowenthal D. (1979) *Age and artefact: dilemmas of appreciation*. In Meinig D.W. (ed) "The Interpretation of Ordinary Landscapes Geographical essays", Oxford University Press, New York, pp. 103-128.

Ludgero J. Gonçalves, V. Serrão, M.A. Beirante (1994) *Un monumento classificado de Santarém. As ruínas da encosta de S. Martins*. Santarém.

\*\*\*\*\*

Maggi S. (2011) *Il Piano Regolatore di Siena del 1956. Alle origini della città fuori le mura*. Protagon, Siena.

Magherini G. (1992) *Il malessere del viaggiatore di fronte alla grandezza dell'arte*. Ponte alle Grazie, Firenze.

Marani P. Pavoni R. (2006) *Musei. Trasformazione di una istituzione dall'età moderna al contemporaneo*. Marsilio, Venezia.

Martinelli F. (2010), *Aspetti diversi del turismo nelle città d'arte*. In "Sociologia e Ricerca Sociale" n. 4, pp. 1-16.

Martínez, A. (2004) *Una aproximación sistémica al turismo: implicaciones para la multi y la transdisciplinariedad*. Universidade do Caribe, México.

Marujo, M. (2008). *Turismo e Comunicação*. RVJ Editores, Castelo Branco.

Marujo N., Serra J., Borges M. (2013) *Turismo Cultural em Cidades Património Mundial: a importância das fontes de informação para visitar a cidade de Évora*. In "Tourism and Hospitality International Journal", v. 1, pp. 137-156.

Mensch, P. V.; Pouw, P. J. M.; Schouten, F. (1990). *Metodologia da Museologia e Treinamento Profissional*. UNI-RIO/UGF. Cadernos museológicos número 3. SPHAN-Pró Memória, Rio de Janeiro, pp. 57- 65.

Miarelli Mariani G. (1993) *Centri storici: un avvicinamento al tema*. Bonsignori, Roma.

Millar S. (2008) *Stakeholders and community participation*. In Leask A. e Fyall A. (ed. by), "Managing World Heritage Sites", pp. 37-54.

Minca C. (1996) *Spazi effimeri*. Cedam, Padova.

Minca C. (1997) *(De) costruire lo spazio turistico*. In "Bollettino della Società Geografica Italiana" serie XII, vol. II, 4, pp. 511-522.

Minca C. (2011) *Viaggio, turismo e geografia* in Giorda C. Puttilli M. (eds) "Educare al territorio educare il territorio. La geografia per la formazione" Carocci, Roma pp. 76-89.

Minguzzi A. Presenza A. (2010) *Destination building. Teorie e pratiche per il management della destinazione turistica*. Pearson Prentice Hall, Milano.

Molina S. (2003) *O pós-turismo*. ALEPH, série Turismo, São Paulo.

Morelli P. (2003) (ed.) *Beni Culturali e turismo nelle città d'arte italiane*. Franco Angeli, Milano.

Morelli P. (2010) *Geografia economica*. McGrove-Hill, Milano.

Mossetto G. (1992) *L'economia delle città d'arte. Modelli di sviluppo a confronto*. Etaslibri, Milano.

Munsters W. (2012) *The development of cultural tourism in Europe; concepts, aspects, and prospects revisited*. In Garibaldi R.(ed.) "Il turismo culturale europeo. Prospettive per il 2020", Franco Angeli, Milano, pp. 33-44.

\*\*\*\*\*

Nash D. (1992) *El turismo considerado como una forma de imperialismo*. In Smith, V. L. (ed.) "Anfitriones e invitados", Endymion, Madrid, pp. 69-91.

Nocifora E. (2001) *Itineraria. Dal Grand Tour al turismo postmoderno. Lezioni di sociologia del turismo*. Le Vespe, Milano.

Norval A. J (1937) *Tourist Industry: A National and International Survey*. Sir Isaac Pitman & Sons, London.

\*\*\*\*\*

OECD (2009) *The Impact of Culture on Tourism*. Paris.

Orbaşlı A. (2000) *Tourists in Historical Towns: Urban conservation and heritage management*. E.& FN Spon, London.

O' Reilly A. M. (1986) *Tourism carrying capacity: Concept and issues*. In "Tourism Management" vol. 7 Issue 4, pp. 254-258.

Orlandini A. (2011) *Piccola storia di Siena*. S.B. editori, Milano.

Ory, P. (1993) *Voyages, culture et littérature*. In "Tourisme et culture. De la coexistence au partenariat Rencontres de Courchevel" . Rueil-Malmaison.

Ortalli G. (2007) (ed.) *Turismo e città d'arte*. Istituto Veneto di Scienze, Lettere ed Arti, Venezia.

Ortiz, R. (1998) *Otro Territorio*. Convenio Andrés Bello, Bogotá.

Özdirlik B., Nicot B. (2008), *Les impacts socio-économiques de l'inscription sur la liste du Patrimoine Mondial: deux comparaisons en Turquie*. In Prud'Homme R. (ed.) "Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: trois études", pp. 114-147.

\*\*\*\*\*

Panosso Netto A. (2005) *Filosofia do turismo: teoria e epistemologia*. Aleph, São Paulo.

Page S. (1995) *Urban Tourism*. Routledge, Los Angeles.

Pane R. et. al. (1971) *Il Centro Antico di Napoli*. ESI, Napoli.

Pando J., Oliveira J., Valentim A., et al. (2012) *Estratégia de Reabilitação Urbana do Planalto de Santarém* Viver Santarém, Sociedade de Cultura, Desporto, Turismo e Gestão Urbana de Santarém, Santarém.

- Papa A. (2007) *Il turismo culturale in Italia: multilevel, governance, e promozione dell'identità locale*. In "Federalismi, Rivista di Diritto pubblico italiano comunitario e comparato", n. 4 pp. 1-4.
- Pearce D. (1986) *Tourist development: Topics in applied geography*. Longman. New York.
- Pearce D. (1987) *Spatial Patterns of Package Tourism in Europe*. In "Annals of Tourism Research" n. 2, pp. 227-252.
- Pearce D. (1995) *Tourism today: a geographical analysis*. (II ed.) Longman, London.
- Peck J. (2005) *Struggling with the creative class*. In "International Journal of Urban and Regional Research" n. 29, 4, pp. 740-770.
- Peixoto P. (2000) *O património mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas*. In "Oficina do Centro de Estudos Sociais" n. 155, pp. 129-146.
- Peixoto P. (2001) *As cidades e os processos de patrimonialização*. in Pinheiro M., Baptista V. e Vaz M.J. (eds) "Cidade e metrópole – Centralidade e marginalidades" Celta, Oeiras, pp. 171-179.
- Pellegrini E. (2012) *Fortificare con arte. Mura, porte, fortezze nella storia di Siena*. Betti, Siena.
- PENT (2007) *Plano Estratégico Nacional do Turismo (Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte de 2015)*. Governo de Portugal, Lisboa.
- Pérez Pereiro X. (2009) *Turismo cultural. Uma visão antropológica*. El Sauzal, Tenerife.
- Pettenati G. (2012) *Uno sguardo geografico sulla world heritage list: la territorializzazione della candidature*. In "Annali del Turismo", n. 1 p.1-16, Edizioni Geoprogress, Novara.
- Plog S. (1974) *Why destination areas rise and fall in popularity*. The Cornell H. R..A. Quarterly.
- Pollice F. (2002) *Territori del turismo*. Franco Angeli, Milano.
- Pollice F. De Iulio R. Rinaldi C. Terracciano R. (2007) *O papel dos "Parchi Letterari" no desenvolvimento dos sistemas locais de oferta turística*. In "APOGEO" nº 32, pp. 14-22.
- Poria Y. Butler R. Airey D. (2001) *Clarifying heritage Tourism*. In "Annals of Tourism Research" n. 28 vol 4 pp 1047-1049.

Prentice R.C. Cooper C.P. (1994) *Heritage: a key sector of the 'new' tourism*. Wiley and Son, Chichester.

Pricewaterhouse Coopers Ltd (2007) *The Costs and Benefits of UK World Heritage Site Status A literature review for the Department for Culture*. Media and Sports, UK Government Department for Culture, Media and Sports, London.

Prud'Homme R. (2008) (ed.), *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: trois études*. Unesco, Paris.

\*\*\*\*\*

Radulet C. (2003) *Un papa portoghese nella Viterbo di fine Duecento. Un viaggio senza ritorno*. In Paltania G. (ed.) *Viaggiatori da e per la Tuscia*, Settecittà Viterbo, pp.9-39.

Radulet C. (2008) *D. Manuel Caetano De Sousa sulla via Francigena e la sua "Guida del Buon Viaggiatore"*. In De Caprio V. (ed.) *"Via Cassia e Via Francigena nella Tuscia"* Settecittà, Viterbo, pp. 37-48.

Rakic T (2007) *World Heritage: Issues and Debates*. Preliminary Communication, Vol. 55, n.2, pp. 209-219.

Rapporto della Società Italiana di Geografia (2008) *Turismo e Territorio. L'Italia in competizione*. Società Italiana di Geografia, Roma.

Rátz T, Puczkó L. (2003) *A world heritage inndustry? Tourim at Hungarian World Heritage cities*. In Gravari- Barbas M. Guichard-Anguis S. (eds) *"Regards coisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du XXIe siècle"*. Press Université Paris Sorbonne, Paris pp. 467-491.

Rebanks J.M. (2009), *World Heritage Status. Is there opportunity for economic gain? Kendal: Lake District World Heritage Project*. Reeds Printers.

Rebelo J. et al. (2014) *O valor económico da ligação ás redes da UNESCO em Portugal*. Comissão Nacional da Unesco, Lisboa.

Ribeiro O. (1986) *Évora, Sítio, Origem, Evolução e Funções de uma cidade*. In Soeiro R. (ed.) *"Estudos em Homagem de Mariano Feio"*, Lisboa, pp. 371-390.

- Ricci F. (1996) *Via Francigena e pellegrinaggio: un raro tema iconografico*. In "Beni Culturali", n. 2, pp. 6-10.
- Richards G., Bonink, C.A.M. (1995) *European Cultural Tourism Markets*. In "Journal of Vacation Marketing" n° 1(2), pp. 173-180.
- Richards G. (1996) *Introduction: Culture and Tourism in Europe* em Richards, G. (ed.): "Cultural Tourism in Europe" CAB International, Oxon. pp. 3-17.
- Richards G. (2000) *Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo*. In Herrero Prieto, L. C. (ed.) "Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza" Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid.
- Richards, G. (2003) *What is cultural tourism?* Em Van Maaren, A. (ed.) "Erfgoed voor Toerisme". Nationaal Contact Monumenten, Amsterdão.
- Richards G. (2004) *Nuevos caminos para el turismo cultural?* In <http://www.barcelona2004org/> (último acesso 15.07.2016).
- Richards G. (2008) *Un nuovo turismo culturale per la nuova Europa*. In TCI "Annuario del turismo e della cultura", Milano.
- Robinson R. Wertheim M. Senior G. (1994) *Selling the heritage product*. In Robinson M. Boniface F. (eds.) "Tourism and Cultural Conflicts" CAB International, Wallingford, pp. 129-159.
- Robinson M. Novelli M (2005) *Niche Tourism: an Introduction*. In Novelli M (ed.) "Niche Tourism – Contemporary Issues, Trend and Cases". Elsevier, Oxford, pp. 1-13.
- Rocca G. (2014) *Dal prototurismo al turismo globale. Momenti, percorsi di ricerca, casi di studio*. Giappicchelli, Torino.
- Rubini J. (2012) *Annio da Viterbo e il Decretum Desideri. Storie e miti del libero comune viterbese*. Settecittà, Viterbo.
- Ruggiero L. (1999) *Il ruolo dell'arte e della cultura del cambiamento delle città europee. Dalle politiche alla pianificazione cultural*. In "Rivista Geografica Italiana" CVI n.1 pp. 109-150.
- Ruisi S. (2004) *Teoria relazionale della società*, Franco Angeli Milano.
- Ryan J., Silvano S. (2009) *The World Heritage List: the making and management of a brand*. In "Place Branding and Public Diplomacy" vol. 5 n. 4 pp. 290-300.



Ryan J. , Silvano S. (2010) *World Heritage Sites: The Purposes and Politics of Destination Branding*. In "Journal of Travel & Tourism Marketing" 27(5), pp. 533-545.

Ryan J., Silvano S. (2011) *A brand for all the nations. The development of the World Heritage Brand in emerging markets*. In "Marketing Intelligence & Planning" vol. 29, n. 3 pp. 305-318.

Rybczynski, W. (1992) *Esperando el fin de semana*. Emece, Barcelona

\*\*\*\*\*

Santana A. (1997) *Antropologia y turismo*. Ariel, Barcelona.

Santana, A. (2003) *Mirando culturas: La Antropología del Turismo*. In Rubio G. A. (ed.): "Sociología del turismo" Ariel, Barcelona, pp. 103-125.

Santos A. (2014) *Organização e Comunicação Pública da Marca Património Mundial da UNESCO*. In "International Journal of Marketing, Communication and New Media on line" Vol 2, Nº 2, janeiro/junho 2014 pp. 43-64. Disponível em <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcm>.

Sarmiento J. Brito Henriques E. (eds.) *Tourism in the global south: heritages, identities and development*. Centre for Geographical Studies – Centro Estudos Geográficos, Lisboa.

Sakya K. (1999) *Nature and cultural heritage management in Nepal*. In Nuryanti N. (ed.) "Tourism and Culture: Global civilization in change, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, pp. 201-211.

Scaramellini G. (2007) *Geografia e turismo. Il caso italiano in rapport all'evoluzione disciplinare internazionale*. In Dal Borgo A. G. (ed.) "Prospettive di geografia del turismo" CUEM, Milano, pp. 37-91.

Scarpelli L. (2002) *Appunti dalle lezioni di organizzazione e pianificazione del territorio*. Kappa, Roma.

Scriattoli A. (1988) *Viterbo nei suoi monumenti*. FAVL, Viterbo.

Secchi B. (2011) *La città del ventesimo secolo*. Laterza, Roma-Bari.

Secor J. A. (2010) *Social Surveys, Interviews, and Focus Groups*. In Gomez B., Jones J.P. III (eds) "Research methods in Geography" John Wiley & Sons Ltd, Chichester, pp. 194-205.

Selby M. (2003) *Understanding Urban Tourism Image. Culture and Experience*. Tauris, London –New York.

Serrão V. (1990), *Santarém*. Presença, Lisboa.

Sessa A. (1985) *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*. Agnesotti, Roma.

Sharpley R. (1994) *Tourism, Tourists and Society*. ELM publications, London.

Sheller M. Urry J. (2004) *Tourism Mobility: places to play, places in play*. Routledge, London.

Silva J. (2007) *A classificação do centro histórico de Évora como Património da Humanidade. Um testemunho participado*. In “Revista Semestral de Edifícios e Monumentos” n. 26 pp. 184-189.

Simões J.M. (1996) *Territórios do lazer. I Colóquio Internacional de Geografia do Lazer e do Turismo*. In “Finisterra” XXXI pp. 143-146.

Simões J.M. (2008) *Turismo, ordenamento e sustentabilidade do território: Problemas e desafios*. In Cavaco C. (ed.) “Turismo inovação e desenvolvimento – Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território” Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.

Simões J. M. (2009) *Geografia do Lazer e do Turismo*. (II edição) Universidade de Lisboa, Lisboa.

Simões J.M., Ferreira C. (2009) (eds) *Turismos de Nicho: Motivações, Produtos, Territórios*. Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.

Simões J.M. (2011) *Património, Território e Turismo*. In “Revista Património, Estudos”, Ed. IGESPAR, Lisboa, pp. 123-132.

Simplicio M.D. (2006) *Évora: algumas etapas fundamentais na evolução da cidade*. In “A cidade de Évora” Boletim da Câmara Municipal II série n. 6 pp. 97-102.

Simplicio M.D. (2009) *Evolução da estrutura urbana de Évora: o século XX e a transição para o século XXI*. In “A Cidade de Évora” Boletim da Câmara Municipal II série n.7 pp 321-360.

Simplicio M.D. (2013) *A cidade de Évora e a relevância do Centro Histórico*. In Fernandes J.A. e Sposito M.E. (eds.) “A nova vida do velho Centro nas cidades portuguesas e brasileiras” CEGOT Univeridade do Porto, Porto.

Sirgado J.R. (1990) *Turismo e desenvolvimento local e regional. O caso do conselho de Lagos na região do Algarve*. Tese de Mestrado Universidade de Lisboa.

Solima L. (2012) *Il ruolo del marchio Unesco nella valorizzazione turistica del territorio*. MIBAC DGVAL Seconda Università di Napoli, documento datilografado.

Smith M. K. (2003) *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London.

Smith, V. (1977) (ed.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

Smith V., Edington W. (1995) (eds.) *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (II ed.) University Pennsylvania Press, Philadelphia.

Smith V. (1996) *Indigenous Tourism: The Four Hs*. In Butler, R. E Hinch, Th.(eds.): "Tourism and Indigenous Peoples". Thompson, London.

Smith W.L. (2006) Experiential tourism around the world and at home: definitions and standards em International Journal of Services and Standards v. 2 pp. 1-14.

Stockdale, J. E. (1985) *What is Leisure?. An Empirical Analysis of the Concept of Leisure and the Role of Leisure in People's Lives*. Sports Council/ESRC, London.

Stopani R. (1991) *Le vie dei di pellegrinaggio nel Medioevo. Gli itinerari per Roma, Gerusalemme e Compostela*. Le Lettere, Firenze.

Stopani R. (1998) *La Via Francigena. Storia di una strada medioevale*. Le Lettere, Firenze.

Swarbrooke J. Horner S. (2007) *Consumer behaviour in tourism*. (II ed.) Elsevier Ltd., Amsterdam.

\*\*\*\*\*

Tafari M. (2002) *Storia dell'architettura italiana 1944.1985*. Einaudi, Torino.

Tamma M. (2002) *Destination Management: gestire prodotti e sistemi locali di offerta*. In Franch M. "Destination management. Governare il turismo tra locale e globale" Giappicchelli, Torino, pp. 11-38.

Teixeira M. (1993) *A história urbana em Portugal. Desenvolvimentos recentes*. In "Análise Social" vol. XXVIII, pp. 371-390.

Tighe A J. (1986) *The arts/tourism partnership*. In "Journal of Travel Research" n.º 24, pp. 2-5.

Tilden F. (1977) *Interpreting our heritage*. University of Nord Carolina Press, Chapel Hill.

Timothy D.J. Boyd S.W. (2007) *Heritage e Turismo*. Hoepli, Milano.

Tisdell C. Wilson C. (2002) *World Heritage Listing of Australian Natural Sites: Tourism Stimulus and its Economic Value, Economic Analysis & Policy*, Vol.32 n. 2, pp. 27-49.

Toinard S. (1996) *La ville moyenne: mythe ou réalité?* In "Norois", n. 171, pp. 537-643.

Toschi U. (1948) *Corso di geografia economica generale*. Macri, Firenze-Bari.

Tribe J. (1997) *The indiscipline of Tourism*. In "Annals of Tourism Research" n.º 24, pp. 638-657

Trippa P. (2008) *Storia del viaggio e delle sue motivazioni. Dall'antichità al... turismo*. Gruppo editoriale l'Espresso, Roma.

\*\*\*\*\*

Vallega A. (2008) *Fondamenti di Geosemiotica*. Società Italiana di Geografia, Roma.

Van Der Aa B. (2000) *Preserving the heritage of humanity? Obtaining world heritage status and the impacts of listing*, PhD thesis, Rijksuniversiteit Groningen.

Van de Borg J. Costa P. Gotti G. (1996) *Tourism in European heritage cities*. In "Annals of Tourism Research", n. 23, pp. 306-321.

Veblen M. (1971) *Teoría de la clase ociosa*. FCE, Cidade do México.

Verdelho da Costa L. (1997) *Alfredo de Andrade (1839-1915) da Pintura à Invenção do Património*. Vega, Lisboa.

Vicari Haddock S. (2004) *La città contemporanea*. Il Mulino, Bologna.

Vinuesa, M. A. T. *El Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico como Recurso Turístico*. In Marchante J. S. G. Holgado M. C. P. (eds.). "La Función Social del Patrimonio Histórico: El Turismo Cultural" Ediciones de la Universidad de Castilla – La Mancha, Cuenca.

\*\*\*\*\*

Wall G. (1982) *Cycles and Capacity: incipient theory or conceptual contradiction?* In "Tourism Management" n. 3 pp. 188-192.

Walsh K. (1991): *The Representation of The Past: Museums and Heritage in the Postmodern World*. Routledge London.

Williams R. (1968) *Cultura e rivoluzione industriale. Inghilterra 1780-1950*. Einaudi, Torino.

\*\*\*\*\*

UIA (1998) *Ciudades intermedias y urbanizazion mundial*. Programa de Trabalho do XX Congresso de la Union Internationale des Architects Ajuntamento de Lleida, Lleida.

UNESCO (1992) *Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural*. Lisboa, Comissão Nacional da UNESCO, 1992.

UNESCO (2006) *Tourism, Culture and Sustainable Development*. Paris.

UNESCO (2012) *Community Development through World Heritage*. World Heritage Series 31.

UNESCO (2012) *World Heritage Tourism Programme* (WHC-12/36.COM/5E).

UNESCO (2011) *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention* (updated 2011). Paris.

UNESCO –IULM (2011) *Il valore del brand Unesco* IULM, Milano.

UNWTO (2001) *Cultural Heritage and Tourism Development*. Madrid.

UNWTO (2011a) *International recommendations for tourism statistics 2008*. Daft compilation guide. WTO, Madrid.

UNWTO (2011b) *Communicating Heritage – A Handbook for the Tourism Setor* Madrid.

Uriely N. (1997) *Theory of Modern and Post Modern Tourism*. In “Annales of tourism research” vol. 24, n. 4 pp. 982-984.

Uriely N. (2005) *The Tourist Experience. Conceptual Development*. In “Annales of tourism research”, vol. 32 n. 1, pp. 199-216.

Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London; Sage.

Urry J. (1995) *Lo sguardo del turista. Il tempo libero e il viaggio nelle società contemporanee*. Seam, Roma.

Usai N. (2011) *Grandi strutture per il tempo libero*. Franco Angeli, Milano.

\*\*\*\*\*

Yang C., Lin H. e Han C. (2009), *Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites*. In "Tourism Management", vol.31, n.6, pp. 827-837.

\*\*\*\*

Zeppel H. Hall C. M. (1992) *Arts and heritage tourism*. in Weiler B. e Hall C. M. (eds.) "Special Interest Tourism" Belhaven, London pp. 29-45.

\*\*\*\*\*

## ANEXOS

## ANEXO 1A

Entrevista Professora Doutora Lina Sofia Matos Lourenço Gomes

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Autora, com o Professor Doutor João Rebelo, do Estudo sobre “Valor Económico da ligação às redes da UNESCO em Portugal” (2014) – Comissão Nacional da UNESCO – Portugal

Data: 3 de junho 2016.

### 1) Na pag. 64 do seu estudo lê-se:

" por exemplo, num inquerido regular a visitantes aferir se o facto do bem ter a chancela Unesco influencia ou não a visita, ou num estudo de disposição a pagar, averiguar o diferencial de valor do bem ou território com e sem a classificação"- sabe se um estudo sobre este assunto foi já feito?

R: Dada a complexidade de isolar o efeito da chancela UNESCO de outros fatores, principalmente em itens classificados há vários anos, o nosso estudo deixa como proposta às entidades gestoras dos bens a recolha sistemática de informação, via inquirição, de forma a se obter e mensurar o efeito da inscrição numa lista internacional.

Em termos de valoração, temos dado especial destaque ao Alto Douro Vinhateiro Património da Humanidade, inscrito em 2001, aplicando a técnica de escolhas discretas (discrete choice modelling) para avaliar as preferências dos visitantes por vários atributos do bem. Para atestar o facto da chancela UNESCO influenciar ou não a visita, temos colocado uma questão “Influence of the world Heritage classification in decision to visit”. Como se constata numa 1ª amostra de visitantes obtida em 2008 (cujos resultados estão publicados no Journal of cultural Heritage 15 (2014) 64–67 and NEW MEDIT N. 2/2013) 28% dos inquiridos atesta que a chancela UNESCO influenciou a decisão de visita, sendo menor (18%) numa 2ª amostra obtida em 2013, cujos resultados estão publicados em Wine Economics and Policy 4 (2015)78–87. Para além destes estudos, não temos informação adicional de outras publicações.

### 2) Que acha do continuo e constante aumento dos bem classificados, a WHL assume um papel de uma lista dos bens do planeta? (às vezes, alguns destes são classificados mais por razões políticas do que do valor universal do bem). Como podemos corrigir esta tendencia?

Este processo já foi designado por alguns autores (Benhamou, 1996, *Journal of Cultural Economics*, 20: 115-132) por extensão cronológica e tipológica. Por um lado, a lista vai crescendo porque maior é o número de itens que assume o carácter histórico com o tempo e, por outro, mais tipologias vão sendo consideradas como elegíveis. Este é o processo natural. O critério de inclusão deve pautar-se sempre pelo valor universal do bem e se se generalizar a ideia de que as razões políticas comandam este processo os efeitos esperados da classificação na lista da UNESCO deixam de se verificar, principalmente a transferência de valor cultural de peritos para visitantes/consumidores.



Neste sentido, as novas inscrições devem pautar-se pelo cumprimento sério de critérios de inclusão, que deverão ser cada vez mais exigentes (para evitar o aumento em grande escala do número de bens inscritos).

<b>ENTREVISTA 1QUit</b>		Data 18.04.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA PARA A COMISSÃO NACIONAL DA UNESCO EM ITÁLIA		
<b>Nome:</b>	<b>Antonella Cassisi</b>	
<b>Papel:</b>	<b>Funcionário responsável do setor Unesco Itália, sobre o uso da marca Unesco e Cidades Criativas</b>	
1	<p>Qual é a importância do turismo no trabalho da Unesco em Itália?</p> <p>Como parte da promoção da cultura, recentemente o turismo tornou-se uma área de interesse muito importante. É, também, uma forma de encontrar recursos úteis para o desenvolvimento do património; representa, portanto, um setor estratégico.</p> <p>A valorização do património, numa ótica turística, é, também, uma forma de dar um novo impulso ao turismo cultural. Não é verdade que <i>com a cultura não se coma</i> (cit. O passado ministro da Economia, Giulio Tremonti, Governo Berlusconi, La Repubblica, 10 de abril de 2010).</p> <p>A UNESCO trabalha com vários projetos para um melhor conhecimento de todos do património tangível e intangível, incluído na Lista. Mais educação vai levar ao aumento do turismo responsável para os sítios da UNESCO. A partir daqui, emerge a importância do trabalho da rede de escolas associadas à Unesco, especialmente em Itália, um país que tem mais de 50 sítios classificados - isso é muito importante.</p>	
2	<p>Numa apreciação geral, qual é a relevância para as cidades italianas terem o seu centro histórico incluído na Lista do Património da UNESCO?</p> <p>É preciso fazer a diferença entre as grandes cidades e as pequenas e as médias cidades. Por exemplo, no caso de Roma, cujo centro histórico é património da UNESCO, os seus monumentos são bem conhecidos em todo o planeta, a atração turística devido à inscrição na lista da UNESCO afeta muito pouco.</p> <p>Para as cidades pequenas e médias, tais como Siena, Ferrara, San Gimignano, Matera, etc., a inclusão na lista da UNESCO tem um efeito substancial em termos de atração de fluxos turísticos.</p> <p>Quase todas as cidades italianas merecem a inclusão na Lista da UNESCO, isso pode ser, certamente, uma mais-valia.</p>	
3	<p>Numa apreciação geral, acha que há uma relação entre a inclusão na Lista do Património da UNESCO e aumentos significativos no fluxo de turistas?</p> <p>Provavelmente sim. A inscrição para a lista do património da UNESCO tem, com certeza, importância turística. Por exemplo, recentemente, a Câmara Municipal da cidade de Nápoles (o centro histórico está incluído na lista da UNESCO) pediu o uso da marca da UNESCO para colocar nos sinais turísticos da cidade. Isto demonstra como o símbolo UNESCO é considerado como uma marca de qualidade turística.</p>	
4	<p>No sentido da marca da UNESCO como marca turístico, há um estudo promovido pela UNESCO sobre este assunto? (está planeado?)</p> <p>Em 2011, a Comissão UNESCO de Itália encarregou ao IULM (Universidade de Línguas e Comunicação de Milão) um estudo intitulado <i>O valor da marca Unesco</i>.</p> <p>Trata-se de um estudo que analisa o fenómeno em muitos aspectos, a partir de pesquisas</p>	

	sobre o significado e, consequentemente, a reputação da marca Unesco no imaginário coletivo.	
5	Na sua opinião, quais as consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico teve quanto a...	
	Qualidade de vida	Depende muito da sensibilidade dos governos locais, porque se há uma sensibilidade para preservar e valorizar o património, tudo se reflete na qualidade de vida dos cidadãos.
	Fluxos turísticos	Sim, com certeza. Nos centros históricos de grandes cidades, o fenómeno é menor, mas é maior nas cidades médias ou pequenas.
	Comércio	Acho que sim. O maior fluxo turístico devido a uma maior visibilidade leva ao crescimento económico.
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Eu não sei.
6	Qual é a sua opinião sobre o aumento geral dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO?	
	<p>Eu acho que é uma coisa boa. Percebemos que, para além do nacionalismo (a corrida pelos vários estados para incluir mais locais nas listas), isto significa que há uma atenção maior e orgulho no seu património. Eu acredito que devemos ter mais cuidado a para propor novas entradas, mesmo se os critérios de admissão são muito rigorosos. Neste momento, a Itália é o país com o maior número de inscrições, e acho que, no futuro, os critérios de admissão das candidaturas Italianas serão ainda mais rigorosos.</p>	
7	Outros comentários que considere pertinentes.	

<b>ENTREVISTA 1QUpt</b>		Data 17.03.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA À COMISSÃO NACIONAL DA UNESCO EM PORTUGAL		
<b>Nome:</b>		<b>Clara Bertrand Cabral</b>
<b>Papel:</b>		<b>Tecnica superior na área da Cultura Comissão Nacional da UNESCO</b>
1	<p>Qual é a importância do turismo no trabalho da UNESCO em Portugal?</p> <p>O estatuto da UNESCO estabelece que o objetivo principal é a salvaguarda e a preservação do património cultural e difundir o seu conhecimento.</p> <p>Não intervimos diretamente nas questões relacionadas com o turismo, mas temos boas relações com o turismo de Portugal que é a entidade que coordena o turismo no país.</p> <p>Em Portugal, geralmente são as CM que têm a gestão dos sítios classificado pela UNESCO, e eles vão a fazer a promoção.</p> <p>Porém, recentemente, tivemos algumas iniciativas ligadas à promoção turística.</p> <p>Desde o 2014 há um projeto intitulado “Jovens Embaixadores de Évora”. Este projeto destina-se a promover e divulgar o património de Évora através de jovens estudantes que, no âmbito da sua formação, se desloquem para outros países, ou sejam jovens estudantes que no âmbito da sua formação venham temporariamente estudar para Évora (<a href="http://www.cm-evora.pt/pt/site-viver/desportoejuventude/programas-juventude/Paginas/JovensEmbaixadoresPatrimonio.aspx">http://www.cm-evora.pt/pt/site-viver/desportoejuventude/programas-juventude/Paginas/JovensEmbaixadoresPatrimonio.aspx</a>). No ano passado, foi criada uma rede dos sítios da UNESCO portugueses (são em total 15 bens, <a href="http://www.rmpm.pt">www.rmpm.pt</a>). Claro que ambos os projetos têm com o objetivo de melhorar o conhecimento do património UNESCO lusitano, sobretudo no estrangeiro.</p>	
2	<p>Numa apreciação geral, qual é a relevância para as cidades portuguesas ter o seu centro histórico incluído na Lista do Património da UNESCO?</p> <p>Em termos turísticos, acho que seja uma acreditação turística. A marca da UNESCO tem muita importância em termo de turismo, pode atrair mais pessoas.</p> <p>Claro que nem todas as cidades podem pedir a inclusão na Lista da UNESCO.</p> <p>Como estabelece o regulamento, podem apresentar a candidatura os sítios que ficam na <i>Lista Indicativa</i>. Em Portugal, foi realizada em 2004 para um grupo de especialistas. Cada 10 anos esta lista deve ser atualizada (<a href="http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=pt">http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=pt</a>).</p> <p>Até hoje esta Lista ainda não foi atualizada.</p>	
3	<p>Numa apreciação geral, acha que há uma relação entre a inclusão na Lista do Património do UNESCO e o aumento significativo no fluxo de turistas?</p> <p>Em 2014, a Comissão Nacional da UNESCO –Portugal publicou um estudo sobre o valor económico da ligação às redes da Unesco em Portugal. Em particular, no capítulo IV, é feita uma análise económica dos custos e benefícios da ligação às redes da UNESCO. Entre outros, são abordados aspetos como a duração e os custos dos processos de candidatura às diversas classificações, os custos da chancela UNESCO, etc.</p> <p>Há também uma primeira análise do impacto económico indireto, medido através do número de visitantes, de restaurantes, do tempo médio da permanência no local e do emprego.</p>	
4	<p>No sentido do marco do UNESCO como marca turístico, há um estudo promovido pela Unesco (ou de outros, se sabe) sobre este assunto?</p> <p>Não há um estudo específico. Mas no âmbito do programa <i>Unesco World Heritage</i> e</p>	

	<p><i>Sustainable Tourism</i> (<a href="http://whc.unesco.org/en/tourism/">http://whc.unesco.org/en/tourism/</a>) há um <i>focus area</i>: itinerários do património.</p> <p>O objetivo desta área de trabalho é a realização de uma plataforma <i>consumer friendly</i> e um conjunto de itinerários temáticos para o desenvolvimento do turismo sustentável na Europa.</p> <p>Este projeto visa favorecer melhores condições gerais nestes sítios para atrair mais investimentos no âmbito do turismo sustentável.</p> <p>É uma forma de promoção do turismo sustentável nos sítios UNESCO.</p>	
5	Segundo a sua opinião, quais as consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO dos centros históricos teve quanto a...	
	Qualidade de vida	<p>É uma questão complicada. Em geral a qualidade de vida aumenta, mas há algumas questões ligadas à limitação da atividade de construção. Por exemplo, em Guimarães, com o centro histórico incluído na Lista da UNESCO, o interior do tecido urbano é considerado como um monumento nacional. Simples obras, como abrir uma janela ou arranjar uma garagem, precisam de um percurso burocrático enorme, que leva um maior custo.</p> <p>Pelo contrário, os prédios que surgem no centro histórico registam um aumento do valor.</p>
	Fluxos turísticos	Sim, com certeza aumentam.
	Comércio	Em geral, aumenta.
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Não sei responder.
6	<p>Qual é a sua opinião sobre o aumento geral dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO?</p> <p>Em geral, as pessoas acham mais importantes inscrever na Lista e dizer que fazem parte do Unesco do que pensar a proteger o sítio.</p> <p>Não se lembram que a convenção UNESCO é para proteger o património mundial, não inscrever na lista e não há subsídios diretos.</p>	
7	Outros comentários que considere pertinentes.	

<b>ENTREVISTA 2QRsi</b>	Data 15.02.2016
ENTREVISTA AO RESPONSÁVEL DA AGÊNCIA REGIONAL DE PROMOÇÃO TURÍSTICA TOSCANA (AGENZIA DI PROMOZIONE TURISTICA) REGIÃO TOSCANA - FLORENCE (SIENA, CENTRO HISTÓRICO INCLUIDO NA LISTA DA UNESCO)	
<b>Nome:</b>	<b>Giovanni Cali</b>
<b>Papel:</b>	<b>Responsável da Agenzia Regionale Toscana Promozione (Florence)</b>
1	<p>Quais são as principais actividades desta Agência Regional Toscana Promozione?</p> <p>A Agência Regional Toscana Promozione compreende três áreas de trabalho:</p> <p>a) Promoção do turismo da Região da Toscana, através da participação em eventos e feiras do setor (ex. o BIT em Milão, a Bolsa de Turismo de Berlim, etc.)</p> <p>b) Matching &amp; Events, ou seja, a organização de reuniões entre a oferta turística regional e a procura nacional e internacional. A promoção do território está focada em mercados específicos e sobre um alvo preciso. Prefere-se o segmento médio-alto.</p> <p>c) Reuniões B2B entre vendedor e comprador. Neste período, em particular, são promovidos em mercados-alvo algumas realidades turísticas, como as termas, a Maremma (a parte da Região situada mais ao sul, ao longo da linha da costa, os pequenos centros históricos, a ilha de Elba (promoção da ilha foi um sucesso passada feira de turismo Berlim).</p> <p>d) As actividades de promoção turísticas com várias autarquias dos territórios da região e apoiar as políticas regionais para o turismo, mas são ainda iniciativas esporádicas, ainda não estruturadas, que, em síntese, incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouvir as comunidades locais</li> <li>- Desenvolvimento de uma estratégia de marketing turístico</li> <li>- Apoio a actividades empresariais</li> </ul> <p>De acordo com a aprovação da Lei Regional mais recente, a Agência irá mudar o nome para <i>Agenzia Regionale di Promozione Turistica Toscana</i> (Agência Regional de Promoção Turística Toscana). Na verdade, ele será eliminado a promoção de actividades produtivas que serão agregados aos respectivos Departamentos Regionais, para se concentrar apenas no turismo.</p>
2	<p>Quais são as principais actividades de promoção turística realizadas na área de Siena?</p> <p>Reuniões com representantes institucionais e privados para desenvolver ações sinérgicas para a promoção das Siena nos mercados internacionais.</p> <p>No momento, notamos as seguintes iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Eductur</i>: uma actividade de promoção direta especificamente para os vários compradores internacionais de turismo (segmento médio-alto). Ele está organizando uma visita promocional ao território de Siena.</li> <li>- <i>Presstur</i>: é uma actividade de promoção direta especificamente para jornalistas no sector do turismo. Mais uma vez, é uma <i>tournée</i> promocional no território de Siena.</li> </ul>
3	<p>Como avalia, em geral, o fluxo turístico para a sua Região? (em termo de quantidade, qualidade, dificuldades ...)</p> <p>Em termos de quantidade, a Região da Toscana, com 12.000 chegadas e 42.000 dormidas, é a terceira região italiana em termos de fluxos turísticos estrangeiros (2015). Em termos de Qualidade, está funcionando muito bem no segmento de média-alta, especialmente nos países emergentes (e especialmente os países do BRIC).</p>

	<p>A ideia básica é tentar de dessazonalizar o turismo para a Região, há um pico nos meses de verão, e tudo isto nos leva a dar mais atenção às pessoas com mais de 55 anos, que têm mais tempo livre e bom poder de compra.</p> <p>Outro problema é a distribuição desigual dos fluxos turísticos, que se concentra nas mais conhecidas cidades do património e ao longo da costa, e as ilhas.</p>	
4	<p>Há alguma forma de colaboração com a Unesco na promoção turística dos centros históricos incluídos na Lista do património do Unesco?</p> <p>Não há colaboração formal. Porém, sobre o assunto há três anos, temos desenvolvido um projeto de promoção e comunicação, através da participação em feiras do setor turístico, tais como a próxima WTE (Expo Mundial do Turismo, a exposição internacional de turismo da cidade e sítios do Património Mundial), Pádua, de 23 a 25 de setembro de 2016, e através da publicação de catálogos ilustrativos destinados a esses eventos.</p>	
5	<p>Na sua opinião, a inscrição na Lista do património da UNESCO do centro histórico de Siena trouxe melhorias significativas para a cidade? Em termos de:</p>	
	Qualidade de vida	O compromisso do governo municipal para o cuidado nas cidades do património UNESCO certamente tem implicações positivas em termos de qualidade de vida dos cidadãos.
	Fluxos turísticos	Apesar de não possuirmos um estudo específico, sim, a inclusão na Lista do património pode melhorar os fluxos turísticos, em termos de quantidade e qualidade.
	Comércio	Um aumento dos fluxos turísticos leva a melhores condições para o comércio.
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Sim, com base na experiência, pode-se dizer que há uma maior atenção.
6	<p>A inscrição na Lista do Património do UNESCO do centro histórico de Siena representou um fator de atração turística para a Região? De que forma?</p> <p>Sim, é. A marca UNESCO é, definitivamente, vista como uma marca de qualidade por turistas especialmente estrangeiros. Foi recentemente publicada, pela Agência, uma brochura em todos os sites da UNESCO da Região também na última entrada na lista, que cobriu as vivendas dos Medici (antiga família nobre de Florença do Renascimento. As várias vivendas estão espalhadas na região) e jardins na Toscana (2015).</p>	
7	<p>Há alguma forma de colaboração entre os sítios da Unesco da Região?</p> <p>Há um escritório da Unesco da Região da Toscana, surgiu com a entrada das <i>Ville dei Medici</i> na Lista do Património da UNESCO, que visa criar uma rede entre as villas (são 16 localidades).</p> <p>Entre outros sites da UNESCO para agora não há mesas para comparação.</p> <p>Não há referência de comparação para os sítios da Unesco.</p> <p>Há uma associação italiana de cidades e sítios do património da Unesco, o presidente por-tempore é o presidente da Câmara Municipal de San Gimignano.</p> <p>O problema básico é que, ao nível regional existem muitos sujeitos, o que torna difícil para a comunicar e organizar um diálogo.</p>	
9	<p>Na sua opinião, que pensa do constante aumento do número dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO?</p> <p>Positivo, é uma maneira de fazer emergir importantes realidades turísticas.</p> <p>Mas, com o passar do tempo e o aumento dos sítios incluídos na Lista, talvez algumas deles não tenham o carácter excecional e de importância global que prevê as regras de inclusão.</p> <p>Pode-se concluir que há dois aspetos da questão: o aspeto turístico e aquele cultural. Para o primeiro, a maior inclusão dos bens cultural na Lista permite uma melhor visibilidade</p>	

	turística mas, se considerarmos o aspeto cultural e sua importância numa escala global, devemos reconsiderar algumas inclusões ou propostas.
10	Outros comentários que considere pertinentes:

ENTREVISTA 2QRvt		Data 24.02.2016
ENTREVISTA AO RESPONSÁVEL DO TURISMO DA REGIÃO LAZIO – ROMA (VITERBO, CENTRO HISTÓRICO NÃO INCLUIDO NA LISTA DA UNESCO)		
Nome:	Anna Pasquetti	
Papel:	Funcionário encarregado Agenzia Regionale del Turismo Regione Lazio-Roma	
1	<p>Quais são as principais atividades desta Entidade Regional de Turismo?</p> <p>Esta Agência é responsável pela execução de atividades técnicas e operacionais de interesse regional no âmbito do turismo, de acordo com as orientações das directivas e programas da Região do Lazio.</p> <p>A Agência não é um órgão independente, depende da Região do Lazio, em contraste com outras agências regionais do país, que têm autonomia.</p> <p>Realiza campanhas promocionais e actividades de comunicação de interesse regional.</p> <p>Organização e participação em feiras e eventos turísticos, no sentido de promover a região e especialidades da região.</p> <p>A Agência executa atividades de monitoramento e apoio à avaliação do "impacto das políticas de turismo" no território regional.</p>	
2	<p>Quais são as maiores atividades de promoção turística realizadas na área de Viterbo?</p> <p>Para a área de Viterbo foram realizados alguns encontros <i>educacional</i> para os maiores jornalistas do setor. Foram tratadas as seguintes questões:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo termal</li> <li>- Comida e vinho</li> <li>- O cruzeiro (a proximidade com o porto de Civitavecchia, primeiro porto italiano para os cruzeiros)</li> </ul> <p>A Agência participou em 2015 (que também irá 2016) na WTE (Feira Mundial de Turismo e sítios do património do UNESCO), com um suporte para promover seja a área de Viterbo e seja toda a região, e B2B (e-commerce).</p> <p>Patrocínios para a impressão e publicação de guias dos sítios da UNESCO.</p> <p>Planeamento e implementação no "âmbito do <i>Sistema dei Cammini del Lazio</i> (Sistema das rotas do Lazio), que incluem a rota da Via Francigena do Norte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I Cammini delle Fede del Lazio</i> (As rotas de fé de Lazio), um guia que inclui cinco caminhos diferentes que une lugares de culto;</li> <li>- um mapa que indica a rota sintética, com indicações turísticas da Via Norte Francigena;</li> <li>- Publicação <i>Divertimappe</i> uma guia destinada às crianças também no Norte Via Francigena (curiosidade, peculiaridade, emergências ...)</li> <li>- <i>A Via Francigena del Nord Lazio</i> ... Guia de hospitalidade (mapear todas as instalações de hospitalidade de um raio de 5 km da Via Francigena) no âmbito do projeto editorial Cammini della fede (Rotas de Fé).</li> <li>- Re-lançamento da orientação atualizada da Via Francigena do Lazio</li> <li>- <i>Andar per Borghi</i>, um guia específico para o turismo nas pequenas aldeias da região (um capítulo é dedicado à Tuscia e Maremma Laziale – corresponde á área de Viterbo).</li> </ul> <p>As várias aldeias foram selecionadas de acordo com os seguintes critérios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I borghi più belli d'Italia</i> (as aldeias mais belas de Itália - é uma associação de aldeias italianas fundada em 2001, que têm um forte interesse histórico e artístico)</li> <li>- <i>Bandiera Arancione</i> (Bandeira Laranja) - É um marco de qualidade turística e ambiental</li> </ul>	



	<p>concedido pelo <i>Touring Club Italiano</i> para pequenos municípios italianos, máximo de 15.000 habitantes, que se distinguem por um serviço turístico excelente e uma recepção de qualidade. Até 2015, compreende 215 aldeias. Este projeto é o único italiano inserido na Organização Mundial do Turismo (WTO) entre os programas implementados com sucesso para um desenvolvimento sustentável do turismo em todo o mundo).</p> <p>- Borghi di qualità storico-artistica del Lazio (Aldeias de qualidade histórica e artística do Lazio)</p> <p>Atualização do site visitlazio.com para o Jubileu. No Jubileu, estamos a catalogar e mapear todas as portas Santas e as Igrejas do Jubileu da região toda (é a concentração mais alta do mundo).</p>	
3	<p>Como avalia, em geral, o fluxo turístico para a sua Região? (em termo de quantidade, qualidade, dificuldades ...)</p> <p>Nos últimos anos, em termos de qualidade, a oferta turística melhorou. Em termos de quantidade, os fluxos turísticos para a região aumentaram. Em 2014, havia 11 milhões de chegadas e 40 milhões de dormidas, atingindo 5 mil milhões de euros, com uma tendência de crescimento. Em particular, houve um aumento de visitantes dos países do BRIC. Entre os objetivos mais importantes da política do turismo regional, conta-se o de incentivar e aumentar a chegada e estada dos turistas na região inteira, tentando melhorar a visibilidade de pequenas cidades, a fim de mudar a corrente tendência que tem em Roma o objetivo principal, com uma permanência bastante baixa (em média 2,5 dias).</p>	
4	<p>Há uma forma de colaboração com a Unesco na promoção turística dos centros históricos incluídos na Lista do Património da UNESCO?</p> <p>Atualmente, apenas colaborações indiretas, como explicado acima, a propósito da colaboração para a publicação de guias específicos do património Regional UNESCO.</p>	
5	<p>Na sua opinião, uma eventual inclusão do centro histórico na Lista da UNESCO que consequências traria, quanto a ...</p>	
	Qualidade de vida	Sim com certeza. Certamente, iria melhorar serviços ao público, tais como maiores horas de abertura dos serviços da restauração, o que hoje é um verdadeiro limite para o crescimento do turismo nesta área.
	Fluxos turísticos	Sim, existe uma ligação de correspondência entre a marca Unesco e aumento dos fluxos turísticos.
	Comércio	Sim, o maior fluxo estimula atividades comerciais, em particular aquelas relacionadas com os produtos de artesanato e do território.
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Não sei, ou melhor, eu não tenho nenhuma evidência para dizer isso.
6	<p>A eventual inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico de Viterbo pode representar um fator de atração turística para a Região?</p> <p>Sim com certeza, isso poderia ser uma força motriz para o conjunto da atividade turística na Região. Por exemplo, os sites da UNESCO de Cerveteri e Tarquinia (são áreas arqueológicas de grande importância, do período IV-V sec. a.C. na área de Viterbo) atraem um maior</p>	

	número de turistas desde quando foram incluídos na Lista do património da UNESCO.
7	<p>Há uma forma de colaboração entre os sítios do Unesco da Região?</p> <p>A partir das informações que tenho no momento, não há nenhuma forma de colaboração, embora não exclua que possa haver entre as cidades.</p>
8	<p>Na sua opinião, que pensa do constante aumento do numero dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO?</p> <p>Muito favoravelmente. Da minha experiência direta, há uma ligação entre o aumento dos fluxos turísticos e a inclusão da lista da UNESCO. É também uma maneira de dar a conhecer ao público em geral a existência de um sítio histórico, conhecido apenas por alguns.</p> <p>Neste período, a Região Lazio está apoiando a candidatura de Civita di Bagnoregio (fundada pelos Etruscos cerca 2.500 anos atrás, não muito longe de Viterbo, está situado em cima ao monte, ao longo de uma das rotas mais antigas e importantes da península) para inscrição na lista do UNESCO.</p>
9	Outros comentários que considere pertinentes.

<b>ENTREVISTA 2QRev</b>		Data
ENTREVISTA DIRIGIDA AOS RESPONSÁVEIS DA REGIÃO DE TURISMO DO ALENTEJO – BEJA (ÉVORA, CENTRO HISTÓRICO INCLUIDO NA LISTA DA UNESCO) a)		
<b>Nome:</b>		
<b>Papel:</b>		
1	Quais são as principais actividades desta Entidade Regional de Turismo?	
2	Quais são as principais atividades de promoção turística realizadas na área de Évora?	
3	Como avalia, em geral, o fluxo turístico para a sua Região? (em termo de quantidade, qualidade, dificuldades ...)	
4	Há uma forma de colaboração com a UNESCO na promoção turística dos centros históricos incluídos na Lista do património da UNESCO?	
5	Na sua opinião, a inscrição na Lista do património do UNESCO do centro histórico de Évora trouxe melhorias significativas para a cidade? Em termos de:	
	Qualidade de vida	
	Fluxos turísticos	
	Comércio	
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	
6	A inscrição na Lista do Património da Unesco do centro histórico de Évora representou um fator de atração turística para a Região? De que forma?	

7	Há alguma forma de colaboração entre os sítios do UNESCO da Região?
9	Na sua opinião, que pensa do constante aumento do numero dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO?
10	Outros comentários que considere pertinentes:

a) Esta entrevista não foi realizada

<b>ENTREVISTA 2QRst</b>		Data
ENTREVISTA DIRIGIDA AO RESPONSÁVEL DA REGIÃO DE TURISMO DO ALENTEJO. BEJA. (SANTARÉM, CENTRO HISTÓRICO NÃO INCLUIDO NA LISTA DA UNESCO) a)		
<b>Nome:</b>		
<b>Papel:</b>		
1	Quais são as principais actividades desta Entidade Regional de Turismo?	
2	Quais são as maiores atividades de promoção turística realizadas na área de Santarém?	
3	Como avalia, em geral, o fluxo turístico para a sua Região? (em termo de quantidade, qualidade, dificuldades ...)	
4	Há uma forma de colaboração com a Unesco na promoção turística dos centros históricos incluídos na Lista da Património da UNESCO?	
5	Na sua opinião, uma eventual inclusão do centro histórico na Lista da UNESCO que consequências traria, quanto a ...	
	Qualidade de vida	
	Fluxos turísticos	
	Comércio	
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	
6	A eventual inscrição á Lista do Património da UNESCO do centro histórico de Santarém	

	pode apresentar um fator de atração turística para a Região?
7	Há uma forma de colaboração entre os sítios do UNESCO da Região?
8	Na sua opinião, que pensa do costante aumento do numero dos sítios incluídos na Lista do Património da UNESCO?
9	Outros comentários que considere pertinentes.

a) Esta entrevista não foi realizada

<b>ENTREVISTA 3QMsi</b>		Data 12.03.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO VEREADOR DA CAMÃRA MUNICIPAL DE SIENA/ CENTRO HISTÓRICO ESTÁ INCLUÍDO NA LISTA DA UNESCO		
<b>Nome</b>	<b>Stefano Maggi</b>	
<b>Papel</b>	<b>Vereador do Centro Histórico, relações com a UNESCO, mobilidade.</b>	
1	<p>Numa apreciação geral, qual a relevância que, para a cidade de Siena, tem o facto de o seu centro histórico estar classificado como Património do Unesco?</p> <p>A importância do centro histórico de Siena, classificada de património mundial da UNESCO, coloca a cidade numa rede mundial de sítios UNESCO e isso representa uma oportunidade significativa para o crescimento coletivo, também em comparação com outras cidades do património da UNESCO.</p> <p>A inclusão da cidade na lista da UNESCO representa tanto um compromisso da cidade, da parte da autarquia, para garantir a proteção contínua e a tutela do centro histórico, mas também dos próprios cidadãos. Aumenta o sentido de identidade e orgulho de viver numa cidade rica em património tão importante do ponto de vista artístico.</p>	
2	<p>Como tem evoluído a atividade turística no centro histórico, desde a sua classificação internacional?</p> <p>A inscrição na lista da UNESCO tem aumentado a visibilidade de Siena, especialmente no segmento relacionado com o turismo estrangeiro.</p> <p>Nos últimos anos, o turismo tem atingido níveis muito elevados, uma invasão dos turistas, especialmente durante os períodos de férias ou feriados. Depois, há um outro aspeto, os caminhantes são muitos. Um número excessivo para a cidade e, como sabemos, o impacto económico produzido é bastante limitado.</p> <p>O aumento do turismo de massa tem levado à <i>turistificação</i> do centro histórico, como a abertura de muitas lojas de souvenirs e a abertura de lojas de marcas de <i>franchising</i> conhecidos.</p>	
3	<p>Que entidades locais/ associações têm sido mobilizadas na discussão sobre as opções de gestão do centro histórico?</p> <p>O Plano de Gestão do Centro Histórico decorre de um complexo programa de atividades com base em reuniões com os referentes comuns, as diferentes associações (ex. aquelas de bairros que organizam iniciativas populares. Na cidade estas associações são muito importantes) e os stakeholders.</p> <p>Numa primeira fase de identificação das criticidades, é conseguida a pesquisa das soluções compartilhadas.</p> <p>Em resumo, a atividade foi orientada os seguintes objetivos principais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordenação das ações que se desenvolvem no centro histórico</li> <li>- Promover as decisões conjuntas, comparando os diferentes pontos de vista</li> <li>- Contribuir para aumentar o conhecimento, a difusão da inovação e intercâmbio de metodologias e experiências</li> <li>- Para aumentar a consciência e o conhecimento das questões locais, criando uma visão geral.</li> </ul>	
4	<p>Em termo político-partidário, têm existido divergências quanto às orientações de gestão do centro histórico e em particular, da atividade turística nele desenvolvidas?</p> <p>Não, nós não tivemos nenhum problema. O sistema descrito anterior evita qualquer forma de conflito e visa a partilha das escolhas.</p> <p>O Plano de Gestão, que já foi enviado para a UNESCO, compreende os seguintes</p>	

	<p>pontos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhor integração entre centro e periferia,</li> <li>- Criação de um sistema baseado em turismo inovador é a valorização do rico património histórico e da enogastronomia de produção da área de Siena,</li> <li>- Melhor diversificação no turismo, perspetivar o turismo de qualidade que está relacionado a questões como o turismo cultural, de congressos etc.</li> </ul>
5	<p>O Gabinete do Centro Histórico já existia antes de ser incluído na Lista da Unesco? Quando foi criado?</p> <p>Sim, este gabinete já existia, mas com funções mais técnicas. Na verdade, geriu as atividades de construção relacionadas com a lei especial sobre a reconstrução do centro histórico (Lei n. 3/1963, e aditamentos posteriores). Mais tarde, o Gabinete assumiu outras funções, com a entrada para a lista da UNESCO.</p>
6	<p>Quais são as funções específicas deste Gabinete?</p> <p>Em Itália, estes gabinetes têm uma dupla função. Há aqueles que nascem no seio de uma atividade mais técnicas, ligados a atividade de construção e valorização do património arquitetónico e outros que são mais orientados para gerir as atividades culturais.</p> <p>Este gabinete de Siena tem um aspeto mais técnico que atualmente; entre as funções mais específicas, tem a gestão dos fundos estruturais ligados à Lei 77/2006 e o controlo das atividades de construção no centro histórico, os cartazes de publicidade e a preparação do plano de cor.</p>
7	<p>Qual é a importância específica do turismo nas atividades deste gabinete?</p> <p>Como mencionado anteriormente, este é um gabinete com um papel mais técnico. O turismo desempenha um papel menos proeminente.</p> <p>Em particular há outro gabinete que trabalha na área específica do turismo.</p> <p>Entre outras coisas, no financiamento relacionadas com a Lei 77/2006, há uma medida financeira para desenvolver atividades de turismo, em particular a valorização, em conjunto, dos 4 sítios da Unesco na área de Siena.</p>
8	<p>O que é o atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico?</p> <p>Para o centro histórico é o Plano de Gestão, criado ao abrigo da Lei 77/2006.</p> <p>As estratégias identificadas no Plano incluem os seguintes pontos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Plano de Ação para a proteção, preservação e valorização do património;</li> <li>-Plano de Ação para a segurança urbana</li> <li>-Plano de Ação para a investigação e o conhecimento</li> <li>- Plano de Ação para o desenvolvimento cultural (turismo)</li> <li>- Plano de Ação de mobilidade</li> </ul>
9	<p>Esse instrumento é globalmente adequado às necessidades que têm sido evidenciadas? Quais são as principais?</p> <p>Entre as necessidades emergentes, há a gestão do grande fluxo turístico, que se concentra especialmente durante as férias e feriados. Em seguida, nos últimos anos, tem havido uma diminuição população constante dos habitantes do centro histórico, com um risco evidente de criar uma <i>museificação</i> do mesmo.</p> <p>O Plano de Gestão inclui medidas para o efeito, que tendem para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestão de visitantes (reforço da informação, rotas turísticas, visitas guiadas, calendário diferenciado pelos acontecimentos)</li> <li>- Sinalização melhorada</li> <li>- Gestão racional dos eventos que ocorrem na cidade (música, cinema, poesia, etc.)</li> <li>- Melhorar a rede do transporte (aumento da mobilidade suave, parques de estacionamento, etc.)</li> <li>- Manutenção dos monumentos históricos</li> <li>- Aperfeiçoamento das áreas verdes (os vales) que ficam no interior do centro histórico</li> </ul>



	- Limitar a proliferação das cadeias comerciais.	
10	Quais foram as principais atividades de proteção realizadas nos últimos anos?  Intervenções pontuais pequenas, mas as maiores envolveram a construção do Parco delle Mura, e a revisão do Plano da Cor.	
11	Na sua opinião, estas atividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas?  Espero que sim. Estamos no início destas intervenções por isso é muito cedo para dizer.	
12	Segundo a sua opinião, quais as consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico teve quanto a...	
	Qualidade de vida	Melhoria económica devido ao aumento do fluxo de turistas
	Fluxos turísticos	Sim, claro, agora temos o problema de contenção
	Comércio	Quantitativamente com certeza, certamente, do ponto de vista da qualidade um pouco menos
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Foi, sem dúvida dado acesso a mais fundos, mas eles são modestos
13	Hoje, quais são as principais dificuldades/limitações do centro histórico, do ponto de vista do desenvolvimento turístico?  A cidade está cheia de turistas. Temos dificuldades em gerir os fluxos sobretudo nos dias feriados. O problema mais grave são os caminhantes, ou seja, os turistas de um dia. Tudo isso produz vários aspetos críticos, tais como a higiene urbana, apesar do trabalho contínuo da empresa do lixo. O problema agora é limitar os impactos devido ao turismo. O Plano de Gestão, como mencionado anteriormente tenta resolver estes problemas.	
14	Que desafios se colocam à autarquia e à cidade, do ponto de vista da qualificação do centro histórico e da promoção da atividade turística?  O próximo desafio é aumentar as áreas pedonais do centro da cidade. Isso vai atingir dois objetivos: melhorar a qualidade do ar na cidade e a cidade, com o peão, atinge padrões estéticos verdadeiramente únicos. O slogan da iniciativa é: <i>dal passaggio al passeggio</i> (da passagem até o passeio)	
15	Outros comentários que considere pertinentes	

ENTREVISTA QMvt		Data 18.02.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO VEREADOR DA CÂMARA MUNICIPAL DE VITERBO (CENTRO HISTÓRICO NÃO INCLUÍDO NA LISTA DO PATRIMÓNIO DA UNESCO)		
Nome	Raffaella Sarconi	
Papel	Vereador planeamento urbano e Centro Histórico	
1	<p>Quais são as condições gerais em que se encontram os centros históricos (preservação, circulação, animação...)?</p> <p>O estado de conservação do património histórico e imobiliário do centro histórico está bom. Mas as estradas não são bem cuidadas, principalmente devido à falta de estacionamento, de facto, o centro histórico está totalmente aberto à circulação dos carros.</p> <p>Há muitas habitações vazias, devido ao despovoamento nos últimos anos (principalmente utilizadas como residência para estudantes da Universidade).</p> <p>Atualmente, a população que vive no centro histórico, é de cerca de 7.000 habitantes, dos quais pouco mais de 10% vivem entre o cerco da antiga muralha medieval (quase totalmente o integra).</p> <p>A recente crise económica está a afetar as actividades comerciais do centro histórico, onde há também algumas das lojas mais prestigiadas da cidade (por exemplo, o café Schenardi, aberto desde 1818).</p> <p>Permanecem no centro histórico apenas alguns escritórios públicos, a maioria deles foram descentralizadas fora da cerca da muralha.</p> <p>Os eventos da cidade mais importantes (dos religiosos aos culturais) são realizadas no centro histórico; por isso, em resumo, a animação do centro histórico está boa.</p>	
2	<p>Nestes últimos anos, como se desenvolveu o turismo no centro histórico?</p> <p>É em aumento, a beleza arquitetónica e artística do centro histórico, a paisagem e tradições locais mantenham o seu <i>appeal</i>.</p> <p>Não temos dados sobre os fluxos turísticos, mas se considerarmos a renda da <i>Tassa di Soggiorno</i> (taxa de turismo), no ano passado (2015) ascende a cerca de € 180 mil (EURO 2.0 por estada, taxa criada a partir de 2015).</p> <p>O valor deste imposto leva-nos a crer que há uma boa afluência de turistas para a cidade, onde o centro histórico e as termas representam a maior atração turística.</p> <p>Depois, há um turismo diário ainda maior, talvez em eventos, por exemplo. a procissão de Santa Rosa (máquina de Santa Rosa é Património Imaterial da Unesco desde 2013), Cafeína, Tuscia Opera Festival etc. Há também um elevado número de peões em relação ao de turistas, sobretudo próximo de Roma.</p>	
3	<p>Que entidades locais/associações têm sido mobilizados na discussão sobre as opções de gestão do centro histórico?</p> <p>Organizamos eventos para atrair o turismo com a Universidade Tuscia, a Câmara de Comércio, a Fundação Carivit (Cassa di Risparmio di Viterbo, o banco da cidade), a Ordem Profissional de Arquitetos e Engenheiros e as muitas associações culturais e sociais.</p> <p>Para citar alguns dos eventos turísticos: cafeína, distrito de arte, Medioera, Tuscia Opera Festival, Barroco Festival etc.</p>	
4	<p>O que é o atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico?</p> <p>Plano Regulador Geral, aprovado em 1979.</p> <p>A área A1 (centros históricos; o território municipal de Viterbo inclui, além do centro</p>	

	<p>histórico da cidade, também os centros históricos de algumas pequenas aldeias que fazem parte do território da autarquia, como Bagnaia, San Martino al Cimino) regula as intervenções de reestruturação e restauração, a ser implementada por meio de planos de pormenor. Na ausência de tais instrumentos são autorizados só obras de consolidação e manutenção.</p> <p>Há também um programa preliminar da ação que está sendo aprovado que afeta a área de Vale Faul (a área de Porta Faul).</p> <p>Estamos a trabalhar na elaboração do <i>Masterplan</i> do Centro Histórico. Este é um documento técnico de endereço político preparatório para os atos subsequentes de planeamento.</p> <p>O <i>Masterplan</i> considera todos os componentes do centro histórico, não só a parte urbanística e das construções, mas também a parte comercial e do terciário, e oferece um projeto orgânico, através do qual os cidadãos podem compartilhar as escolhas (uma forma de planeamento participativo).</p>	
5	<p>Esse instrumento é globalmente adequado às necessidades que têm sido evidenciadas?</p> <p>O Plano Regulador Geral é uma ferramenta fundamental e representa a principal referência que necessita a cidade para regular as atividades urbanísticas.</p> <p>Claro que tem de ser aplicado por meio das ferramentas de implementação (Planos de Pormenor), que também devem ser adicionados os novos instrumentos de governação. Estes últimos superam a rigidez dos Planos de Pormenor, incluindo, no planeamento, os aspetos sociais e culturais, tornando-o mais adequado para os tempos atuais.</p>	
6	<p>Quais foram as principais atividades de proteção realizadas nos últimos anos?</p> <p>O <i>Regolamento dell'Ornato</i> (Regulamento de <i>Embelezamento</i>) é um conjunto de normas que regulam a atividade de construção no centro histórico (só obras de consolidação e manutenção) – estão facilmente disponíveis no site da cidade. Foram promovidas algumas obras de recuperação de alguns monumentos da cidade como o Teatro dell'Unione.</p> <p>Também foi criado um concurso de ideias para o arranjo das praças do centro histórico. A verdadeira proteção do património cultural está, de facto, no projeto, mais do que é na legislação. Realizar um concurso de ideias garantem uma arquitetura de qualidade, comparando uma pluralidade de soluções.</p>	
7	<p>Na sua opinião, estas atividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas?</p> <p>Espalhar a qualidade urbana e melhorar a qualidade do espaço e da promoção do seu uso também é uma forma de impulsionadora do turismo.</p>	
8	<p>Foram desenvolvidas algumas diligências pela autarquia ou estão a ser desenvolvidas algumas diligências, presentemente, para que o centro histórico da cidade seja incluído na Lista do Património Mundial da UNESCO?</p> <p>Temos adquiridos todas as informações para iniciar o processo que está em curso.</p>	
9	<p>Ainda segundo a sua a opinião, uma eventual inclusão do centro histórico na Lista do Unesco que consequências traria, quanto a...</p>	
	Qualidade de vida	A regeneração do centro histórico e do seu estado de conservação são condições necessárias para aplicar com a adesão e, claro, também garantem a qualidade de vida para os residentes e os visitantes.
	Fluxos turísticos	A marca Unesco significa um complexo de valores de qualidade não censuráveis, mas certificados. Para os turistas, uma garantia e uma motivação extra.
	Comércio	O comércio pode beneficiar de um aumento do afluxo e, portanto, pode pensar em investimentos na qualidade.

	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	A marca Unesco, conjunto com um planeamento de qualidade, constitui a melhor credencial para qualquer fundo de credor.
10	<p>Hoje, quais são as principais dificuldades/limitações do centro histórico, do ponto de vista do desenvolvimento turístico?</p> <p>A degradação de algumas estradas secundárias e tráfego. A ausência de estacionamento subterrâneo ainda não permite a pedonalização do centro histórico que apresenta o nosso objectivo. O elevado número de carro impede a fruição plena e a perceção dos lugares mais bonitos da cidade. Atualmente para reduzir o trânsito foram colocadas algumas portas eletrónicas.</p>	
11	<p>Que desafios se colocam à autarquia e à cidade, mais em geral, do ponto de vista da qualificação do centro histórico e da promoção da atividade turística?</p> <p>Através do Masterplan contamos com o envolvimento de toda a cidade para reconstruir mas, especialmente, para reviver o centro histórico da cidade através da cultura, serviços e atividades comerciais.</p> <p>Numa palavra, com a programação através de um caminho partilhado com a cidade e monitorados ao longo do tempo para certificar os objetivos desejados.</p>	
12	Outros comentários:	

<b>ENTREVISTA 3QMev</b>		Data 16.03.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO VERADOR DA CAMÃRA MUNICIPAL DE ÉVORA CENTRO HISTÓRICO INCLUÍDO NA LISTA DA UNESCO		
<b>Nome</b>	<b>Eduardo Luciano</b>	
<b>Papel</b>	<b>Vereador da Cultura, Património, Centro Histórico e Turismo</b>	
1	<p>Numa apreciação geral, qual a relevância que para a cidade de Évora tem o facto de o seu centro histórico estar classificado como Património da Unesco?</p> <p>Desde logo, o processo de classificação para a Unesco foi um processo muito participado por parte da população (1986). O facto de a cidade ser incluída na lista do Património criou uma marca turística muito importante, porque põe a cidade de Évora na rota turística europeia. O facto de ser classificado património mundial, a nível da qualidade da proteção do património construído, melhorou. Em virtude desta classificação, cada edifício do centro histórico é classificado de património nacional.</p>	
2	<p>Como tem evoluído a atividade turística no centro histórico, desde a sua classificação internacional?</p> <p>Em crescendo, sempre. Nos últimos 3 anos o crescimento foi quase exponencial. Por exemplo, em relação ao ano de 2015 (o dado mais recente), o crescimento do número dos turistas atingiu a 431.988 unidades e o número das dormidas 348.425, com um aumento relativo ao ano passado do 24%. Uma parte deste sucesso é ligada à crise política e, em consequência, à falência dos países concorrentes (por exemplo, os países do Magreb). Em relação ao indicador da taxa de ocupação, numa classifica nacional Évora está no 6º lugar e 5º lugar no continente (47.3%). Se comparamos estes dados com os de outra cidade, por exemplo, Guimarães, capital da cultura 2014, e igualmente património da UNESCO, este dados atingiram 32.2%. Os pontos fortes do turismo em Évora, além do património e da classificação da Unesco, são a boa qualidade de vida e a relativa proximidade de Lisboa.</p>	
3	<p>Que entidades locais/ associações têm sido mobilizadas na discussão sobre as opções de gestão do centro histórico?</p> <p>Tentamos envolver todas as entidades e as associações. Em primeiro lugar a Universidade de Évora, que tem muitos edifícios na sua propriedade no centro histórico. Uma colaboração muito interessante é com a Associação da Defesa do Património, o Grupo Pró- Évora e a Direção Regional de Cultura DGCA (Alentejo), órgão centralizado do estado. Muito importante, é a relação direta com a população, como a discussão do plano urbanístico.</p>	
4	<p>Em termo político-partidário, têm existido divergências quanto às orientações de gestão do centro histórico e em particular, da atividade turística nele desenvolvida?</p> <p>Sim é, podemos distinguir em três fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- na primeira, que vai do ano de 1986 a 2001, há uma orientação política volta a proteção do património e do desenvolvimento da cultura;</li> <li>- a segunda vai do ano 2002 até ao 2013, distinguiu-se por uma visão global da cidade, com maior atenção ao crescimento urbano com planos de urbanização e estratégicos, com a deslocação para fora da muralha de alguns serviços públicos.</li> </ul>	

	<p>Houve atenção constante aos problemas do património, mas nestes anos a cidade histórica sofreu a erosão do número de habitantes e, em consequência, o abandono de muitas casas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a terceira fase, desde o 2013 até hoje, caracteriza-se por uma maior atenção para a cultura e o centro histórico da cidade deve voltar a ser o centro dos serviços públicos e o centro da cultura da cidade.</li> </ul>
5	<p>O Gabinete do Centro Histórico já existia antes de ser incluído na Lista da Unesco? Quando foi criado?</p> <p>O Gabinete foi criado no 1980 e a sua atividade durou até o 2001. Depois, as atividades foram incluídas no Gabinete de Urbanismo, a fim de dar uma visão global aos problemas urbanos da cidade. Os primeiros anos foram de 1980 a 2001.</p> <p>Desde 2014, há uma divisão no Gabinete de Urbanismo exclusiva para o centro histórico e tem retomado algumas funções do antigo Gabinete.</p> <p>A minha opinião é recriar uma divisão do centro histórico com as mesmas funções do antigo Gabinete, uma solução de compromisso.</p>
6	<p>Quais são as funções específicas deste Gabinete?</p> <p>Muitas, algumas delas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planeamento urbano</li> <li>- Gestão e ocupação do espaço público</li> <li>- Propostas de mobilidade</li> <li>- Respostas técnicas sempre para intervenções de obras. A lei portuguesa obriga um estudo prévio sobre um qualquer trabalho de obra nos edifícios no centro histórico</li> <li>- gestão de compra –venda dos imóveis (direito de preferência, estabelecido por lei nacional)</li> <li>- relação com a tutela do património</li> </ul>
7	<p>Qual é a importância específica do turismo nas atividades deste gabinete?</p> <p>É muito importante.</p> <p>A Divisão tem a gestão o centro de informações turísticas (Praça do Giraldo) Évora atrai mais turistas do resto da região, todos passam por a cidade. Acho que programar uma estratégia de promoção turística ao nível nacional ou mais é uma tarefa da ERT Alentejo. Ao nível local, é uma tarefa da CM, que pode influir muito pouco ao nível superior.</p>
8	<p>O que é o atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico?</p> <p>É o Plano de Urbanização de Évora na última atualização de 2011.</p> <p>Trata-se de um conjunto de regras específicas destinadas para a atividade edificadora do centro histórico. Para toda a cidade, temos o Plano Diretor Geral do 2012.</p> <p>Nesta altura há uma imensa discussão sobre neste sentido.</p> <p>A UNESCO exige um plano de gestão do centro histórico atualizado e temos duas opções:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- melhorar o Plano de Urbanização</li> <li>- realizar um ZEP (zona especial protegida), que tem um valor de um Plano de Pormenor</li> </ul> <p>A decisão final ainda não foi tomada.</p>
9	<p>Esse instrumento é globalmente adequado às necessidades que têm sido evidenciadas? Quais são as principais?</p> <p>O atual Plano de Urbanização compreende as regras precisas para a proteção do património, mas tem alguns problemas.</p> <p>Cada proprietário de um imóvel que quer fazer obras (pintar fachadas, abrir uma janela, mudar os edifícios, etc.) para obter uma licença deve encarregar um técnico, que deve preparar os documentos técnicos e uma relação das obras a fazer. Depois, tudo isto deve obter o parecer da DRC Alentejo , que envia tudo para DGPC em Lisboa para o parecer</p>

	<p>definitivo. O parecer volta para a CM que entrega a licença. Tudo isto leva muito tempo e aumenta os custos das obras.</p> <p>As vezes a avaliação da documentação apresenta problemas de subjetividade (casos de mesmas obras um foi aceite e outro não). Isto leva também problemas de relacionamento com os cidadãos, que cansados, não vai a fazer as obras, com um dano para a cidade.</p> <p>Eu proponho de realizar uma Check List, de maneira de reduzir os casos de subjetividade na avaliação dos projetos.</p> <p>Um Plano de Pormenor pode eliminar o círculo dos pareceres da DRC Alentejo e do DGPC.</p>								
10	<p>Quais foram as principais atividades de proteção realizadas nos últimos anos?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisão do Plano de Urbanização</li> <li>- Envio para a Unesco do Plano de Gestão. Este ultimo não foi discutido com ninguém,</li> </ul> <p>Não foi discutido na Assembleia da CM, o antigo Presidente da Câmara assumiu as decisões.</p>								
11	<p>Na sua opinião, estas atividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas?</p> <p>Não faço nenhuma relação, acho que é a marca de Évora que atrai os turistas.</p> <p>Vou fazer um exemplo. A cidade não tem nenhum PaLazio dos Congressos, mas cada semana, durante todo o ano (não só de verão) são programados congressos de nível nacional ou mais. É demonstrado que a cidade de Évora tem um poder de atração.</p>								
12	<p>Segundo a sua opinião, quais as consequências que a inscrição na Lista do Património da UNESCO do centro histórico teve quanto a...</p> <table border="1"> <tr> <td>Qualidade de vida</td><td> <p>Sim, com certeza. Acho que elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade. Eu não faço uma distinção entre os turistas e os residentes. Considero os turistas como habitantes temporais da cidade.</p> <p>Políticas com um sentido mais largo, mais trabalho cultural, cidade museu (ditadura) cidade da cultura.</p> </td></tr> <tr> <td>Fluxos turísticos</td><td> <p>Sim, com certeza. Acho que elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade.</p> </td></tr> <tr> <td>Comércio</td><td> <p>Não, ou só algumas lojas. Neste tempo de crise financeira, houve um encerramento de algumas lojas, apesar de um aumento do turismo.</p> </td></tr> <tr> <td>Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística</td><td> <p>Sim com a delimitação da área da reabilitação urbana vai permitir acesso a fundos comunitários.</p> </td></tr> </table>	Qualidade de vida	<p>Sim, com certeza. Acho que elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade. Eu não faço uma distinção entre os turistas e os residentes. Considero os turistas como habitantes temporais da cidade.</p> <p>Políticas com um sentido mais largo, mais trabalho cultural, cidade museu (ditadura) cidade da cultura.</p>	Fluxos turísticos	<p>Sim, com certeza. Acho que elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade.</p>	Comércio	<p>Não, ou só algumas lojas. Neste tempo de crise financeira, houve um encerramento de algumas lojas, apesar de um aumento do turismo.</p>	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	<p>Sim com a delimitação da área da reabilitação urbana vai permitir acesso a fundos comunitários.</p>
Qualidade de vida	<p>Sim, com certeza. Acho que elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade. Eu não faço uma distinção entre os turistas e os residentes. Considero os turistas como habitantes temporais da cidade.</p> <p>Políticas com um sentido mais largo, mais trabalho cultural, cidade museu (ditadura) cidade da cultura.</p>								
Fluxos turísticos	<p>Sim, com certeza. Acho que elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes aumenta a atração turística da cidade.</p>								
Comércio	<p>Não, ou só algumas lojas. Neste tempo de crise financeira, houve um encerramento de algumas lojas, apesar de um aumento do turismo.</p>								
Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	<p>Sim com a delimitação da área da reabilitação urbana vai permitir acesso a fundos comunitários.</p>								
13	<p>Hoje, quais são as principais dificuldades/limitações do centro histórico, do ponto de vista do desenvolvimento turístico?</p> <p>A principal dificuldade é ligada a falta dos investimentos para a reabilitação urbana. Neste momento, temos mais de 900 casas no centro histórico vazias, que precisam obras de recuperação. Nenhum turista quer visitar um centro histórico vazio.</p> <p>O maior custo e o longo tempo para obter a licença afasta uma reabilitação urbana promovida por privados.</p>								
14	<p>Que desafios se colocam à autarquia e à cidade, do ponto de vista da qualificação do centro histórico e da promoção da atividade turística?</p> <p>Uma melhor requalificação dos trabalhadores na área do turismo. Hoje, há muitos trabalhadores com baixa qualificação. O aumento do turismo na cidade atraiu muito trabalhadores para o sector sem nenhuma qualificação (a galinha de ovos dourados), mas</p>								

	<p>para um aumento do nível de satisfação dos turistas, precisa de trabalhadores qualificados.</p> <p>Temos que programar uma oferta cultural diversificada ao longo de todo o ano, não só focada no verão mas, também, em problemas de fundos económicos.</p> <p>Estamos a trabalhar na proposta de candidatura da cidade, em 2027, como capital europeia da cultura.</p> <p>Eu não faço uma distinção entre os turistas e os residentes, a cidade é património mundial e por isso é património de todos. Eu considero os turistas como habitantes temporais da cidade, por isso decidiu-se não aplicar a taxa turística.</p>
15	Outros comentários que considere pertinentes.



<b>ENTREVISTA 3QMst</b>		Data 05.04.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO VEREADOR DA CÂMARAS MUNICIPAIS DE SANTARÉM/ CENTRO HISTÓRICO NÃO ESTÃO INCLUÍDOS NA WHL		
<b>Nome</b>	<b>Luis Manuel Sousa Farinha</b>	
<b>Papel</b>	<b>Vereador para o Centro Histórico, Urbanismo, Cultura, Turismo.</b>	
1	<p>Quais são as condições gerais em que se encontram os centros históricos (preservação, circulação, animação...)?</p> <p>Os centros históricos encontram-se, de uma maneira geral degradados, pouco atrativos em função das inúmeras dificuldades que se levantam à preservação e circulação automóvel, com efeitos diretos na sua vida e animação cultural, social e comercial.</p>	
2	<p>Nestes últimos anos, como se desenvolveu o turismo no centro histórico?</p> <p>Fruto do grande crescimento da taxa de turistas no País e do interesse histórico, cultural e monumental da Cidade, o número de turistas em Santarém tem crescido, sendo um contributo importante para a dinamização e animação desta área da cidade.</p>	
3	<p>Que entidades locais/associações têm sido mobilizadas na discussão sobre as opções de gestão do centro histórico?</p> <p>O município tem procurado envolver sobretudo os agentes que se encontram instalados dentro do perímetro do centro histórico, como a diocese, a Santa Casa da Misericórdia de Santarém, que são os maiores proprietários, mas também os moradores, as associações culturais e recreativas e a Associação Comercial e Empresarial de Santarém (ACES).</p>	
4	<p>O que é o atual instrumento de planeamento para a proteção do centro histórico?</p> <p>O instrumento que o Município dispõe para assegurar o planeamento no centro histórico é o PDM (Plano Diretor Municipal). Contudo, estão igualmente a ser aplicadas várias medidas preventivas que decorrem do processo de classificação do centro histórico, em curso, que pressupõe a elaboração do Plano de Salvaguarda.</p>	
5	<p>Esse instrumento é globalmente adequado às necessidades que têm sido evidenciadas?</p> <p>O PDM é um instrumento de planeamento à escala do concelho, pelo que é insuficiente. As medidas preventivas criam dificuldades burocráticas que dificultam o processo de intervenção, pelo que é urgente a conclusão do Plano de Salvaguarda, que tem a escala ajustada.</p>	
6	<p>Quais foram as principais atividades de proteção realizadas nos últimos anos?</p> <p>A par do resgate de uma boa parte das edificações públicas com particular destaque para o património monumental (igrejas), o município fez também um grande esforço na requalificação do espaço público, tendo, nos últimos anos, recuperado os principais jardins da cidade que circundam o centro histórico (o Jardim da Liberdade, o Jardim da República e o Jardim das Portas do Sol).</p>	
7	<p>Na sua opinião, estas atividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas?</p> <p>Na minha opinião, todas as ações contribuem para potenciar a atratividade dos lugares,</p>	

	contribuem para captar novos turistas. Porém, os números significativos decorrem da conjugação de um conjunto de fatores, nomeadamente a estruturação do produto nacional e regional, que é algo em que temos vindo a trabalhar.	
8	<p>Foram desenvolvidas algumas diligências pela autarquia ou estão a ser desenvolvidas algumas diligências, presentemente, para que o centro histórico da cidade seja incluído na Lista do Património Mundial da UNESCO?</p> <p>Sendo o título da UNESCO um importante fator de atração turística, considero que, para o alcançar, é necessário realizar todo um trabalho de recuperação material e imaterial da cidade, quer na dimensão urbanística, quer na dimensão social e económica, pelo que conseguirmos fazer no presente ditará as ações futuras.</p>	
9	Ainda segundo a sua opinião, uma eventual inclusão do centro histórico na Lista do UNESCO que consequências traria, quanto a...	
	Qualidade de vida	Se acompanhadas de desenvolvimento económico a inclusão da lista da UNESCO, pode contribuir para a melhoria da qualidade de vida.
	Fluxos turísticos	Fruto da visibilidade que o título da UNESCO encerra, o turismo é, sem dúvida, uma atividade que muito beneficia com a inclusão na Lista.
	Comércio	Aumentando os fluxos turísticos, aumenta consequentemente a atividade comercial, pelo que o comércio também beneficiará com a inclusão do centro histórico na lista da UNESCO.
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	A maior visibilidade e a massa crítica associada a um título da UNESCO, desperta consciência e sentido de responsabilidade local e nacional, pelo que admito que o acesso a fundos possa ser favorecido.
10	<p>Hoje, quais são as principais dificuldades/limitações do centro histórico, do ponto de vista do desenvolvimento turístico?</p> <p>Estado de conservação de algum edificado e consequente efeito na fixação de uma comunidade residente, bem como na animação cultural e comercial. Destaco, ainda, a escassez de alojamento e restauração.</p>	
11	<p>Que desafios se colocam à autarquia e à cidade, mais em geral, do ponto de vista da qualificação do centro histórico e da promoção da atividade turística?</p> <p>Procurar uma abordagem integrada no espaço urbano que aposte na diferença histórica, urbanística e patrimonial, que fomente a fidelização da habitação e visitantes e que promova a regeneração e reabilitação da sua própria identidade.</p>	
12	<p>Outros comentários que considere pertinentes:</p> <p>O património histórico, cultural e arquitetónico reunido em Santarém continua a ser uma referência e uma forte atração para um turismo em crescendo e em mudança.</p> <p>Ao rico património monumental acresce um valioso património natural, onde se destaca o rio e a sua fértil lezíria, que conferem a Santarém e à região onde estamos enquadrados em vantagens competitivas no setor turístico.</p>	

<b>ENTREVISTA 4QCsi</b>		Data 15/02/2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO RESPONSÁVEL A ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SIENA CENTRO HISTÓRICO INCLUÍDO NA LISTA DO PATRIMÓNIO UNESCO.		
<b>Cidade</b>	<b>Siena</b>	
<b>Nome</b>	<b>Elena Lapadula</b>	
<b>Papel</b>	<b>Responsável de Confcommercio Siena -Sector do turismo</b>	
1	<p>Quais são as funções específicas desta Associação?</p> <p>Assistência e proteção do sector terciário.</p>	
2	<p>Qual é a importância do turismo nas atividades desta Associação?</p> <p>O setor do turismo é um componente importante da nossa base de membros.</p>	
3	<p>Há uma forma de colaboração da vossa Associação com Câmara Municipal, sobre as políticas de desenvolvimento turístico?</p> <p>A Associação de Comércio, para funções institucionais, diálogo e colabora com todos, onde é possível. Com a administração municipal colaboramos em todas as questões relacionadas com o sistema empresarial local e a melhoria das atividades comerciais.</p>	
4	<p>Quais foram as principais atividades realizadas no centro histórico nos últimos anos?</p> <p>Monitoração activa sobre a questão ztl (zona limitada de tráfego) e a revisão das normas sobre a ztl. Nós criámos um grupo de trabalho com as ordens e colégios profissionais para abordar as questões de protecção do centro histórico do ponto de vista empresarial. Todos os cidadãos compartilham o imenso valor que tem o centro histórico de Siena (há uma relação muito forte entre a cidade e os cidadãos por ex. a questão do <i>Palio</i>), no entanto, para a sua gestão empresarial, muitas vezes as necessidades das empresas que estão em conflito com as proibições e limitações que se destinam para preservar o património histórico e cultural cidade. Estamos trabalhando para desenhar uma linha diretriz que nos ajuda a preservar o património histórico sem <i>embalsamar</i> o centro, através da criação e da organização em eventos de entretenimento para atrair moradores e turistas. Nos últimos anos, não apenas por forçar a "protecção do sistema", foi possível trazer novamente o antigo mercado (de alimentos) na Piazza del Campo: criar um repositório dos produtos de excelência, em geral, de Toscana, e de Siena, em particular (uma vitrine de produtos da Toscana). Este ano, foi organizada a primeira edição do <i>Wine and Siena</i>. Este é um evento dedicado ao vinho produzido em alguns marcos famosos. Para a próxima edição, estamos a pensar na possibilidade de envolver outros lugares e palácios símbolo do património histórico da cidade.</p>	
5	Na vossa opinião, estas actividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de	

	<p>turistas e comerciais?</p> <p>As actividades das empresas estão expostas à retração, como acontece em toda a Itália, devido à grave crise económica e os muitos impostos. De um ponto de vista comercial, o centro histórico de Siena está sofrendo, como os muitos centros de prestígio histórico, uma fase relacionada com a perda das atividades empresariais típicas em favor do <i>franchising</i> e pelo afastamento das tradicionais actividades comerciais. Torna-se semelhante, do ponto de vista comercial, aos muitos outros centros históricos europeus ou italianos (perda de identidade comercial). Atualmente, os fluxos turísticos têm poucas consequências na rede comercial, sendo reduzida a estada média dos turistas na cidade.</p>	
6	<p>Segundo a sua opinião, a inclusão do centro histórico na Lista do património do Unesco trouxe melhorias significativas para a cidade? Em termos de:</p>	
	Qualidade de vida	<p>Eu não sou capaz de avaliar como a inscrição de Siena na Lista do Unesco pode incidir na qualidade de vida. Mas as mudanças na cidade desde 1995 (ano da inscrição) foram muitos. Porém, acredito que a maioria destas mudanças não têm sido feitas na lógica dos lugares da Unesco, mas simplesmente na lógica da preservação do património cultural de Siena, que está no ADN da população de Siena.</p> <p>Muitas vezes, a inclusão de um sítio na Lista do Unesco foi usada para para colocar proibições, dificilmente explicáveis de outra forma. Para estes lugares, ser incluído na Lista do UNESCO é interpretado como uma questão de honra mas, ao mesmo tempo, acima de tudo, como uma limitação ao espírito empreendedor. Vamos dizer que talvez a condição de ser um sítio do UNESCO deva ser melhor comunicada e transmitida.</p>
	Fluxos turísticos	<p>Não sou capaz de quantificar a consistência dos fluxos turísticos nos últimos anos, mas posso dizer que, em geral, os turistas aumentaram. Eu não sei se tudo isto reflete a inclusão do centro histórico da lista do património mundial do UNESCO.</p>
	Comércio	<p>A inclusão na lista de Património Mundial do UNESCO até agora foi usada mais como uma razão para a imposição de limitações e proibições e, não, como uma questão de orgulho de viver num sítio considerado digno de preservação. O que deve mudar é a maneira de trazer as empresas para a protecção deste património.</p> <p>Todos os empresários concordam de reconhecer que o centro histórico de Siena tem uma forte atração turística e, portanto, constitui um recurso económico, mas é "sofrido" não é "participado".</p> <p>Por mais absurdo que seja num centro histórico desta importância que atrai pessoas, surge a necessidade de diversificar as tipologias das lojas oferecendo novos serviços e produtos, mas sendo um dos sítios da UNESCO, tudo isto cria e impõe restrições sobre as atividades empresariais.</p>
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	<p>Desde há alguns anos, há uma maior atenção para a possibilidade de acesso a fundos públicos e privados para a regeneração urbana e o turismo. Para mim, há uma ligação direta com inclusão de Siena à lista do Património Mundial do UNESCO.</p>
7	<p>Hoje, em termos de comércio, quais são as principais dificuldades do centro histórico?</p> <p>O acesso para reabastecimento em ZTL (área de tráfego limitado)</p>	

	<p>A gestão "incerta" dos espaços para a ocupações de áreas públicas: não é muito claro onde as mesmas se podem instalar. Para ter a certeza de ser capaz de ocupar os espaços públicos (ex. mesas e cadeiras na rua em frente aos cafés), é preciso abrir um processo com longo tempo de espera.</p> <p>Os altos custos de alugueres no centro são principalmente sustentáveis pelo <i>Franchising</i>, o que transforma o centro histórico num centro uniformizado.</p>
8	<p>Existem propostas da parte da Associação para resolver estes problemas?</p> <p>É precisa uma atualização das regras de protecção do centro histórico, onde, em 1998, foram estabelecidas algumas restrições e proibições, que até agora são difíceis de aplicar. Deve-se ter em conta a legislação nacional e europeia sobre as atualizações comerciais e a rever e definir um novo regulamento para a ocupação de áreas públicas, com caminhos "facilitados" em termos de aprovações e licenças.</p> <p>O acesso na ZTL deve ser articulada com a rede comercial.</p> <p>Criação de incentivos de "equalização" para aqueles que abrem lojas no centro e suportam os custos e despesas e têm dificuldade deve competir com as atividades comerciais que ficam fora da muralha.</p>
9	<p>Segundo a sua opinião, as políticas de proteção do centro histórico, têm sido centrais na acção administrativa da Câmara Municipal?</p> <p>Não é verdade. Grandes declarações, mas tudo é muito lento para fazer qualquer alteração do estado atual, é uma discussão formal e, não, substancial.</p> <p>As associações são consultadas, mas eles não escutam.</p>
10	<p>Outros comentários:</p>

<b>ENTREVISTA 4QCvt</b>		Data 28.01.2016
ENTREVISTA DIRIGIDO AO RESPONSÁVEL DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE VITERBO CENTRO HISTÓRICO NÃO INCLUÍDO NA LISTA DA UNESCO		
<b>Cidade</b>	<b>Viterbo</b>	
<b>Nome</b>	<b>Gaetano Labellarte</b>	
<b>Papel</b>	<b>Presidente Associação dos Comerciantes do Centro Histórico “Facciamo Centro”</b>	
1	Quais são as funções específicas desta Associação?  Promover atividades para o desenvolvimento do comércio no centro histórico da cidade.	
2	Qual é a importância do turismo nas atividades desta Associação?  O objetivo da associação é melhorar o comércio no centro histórico em geral. O aumento dos fluxos turísticos pode trazer melhorias significativas para o comércio, para a cidade toda, e sobretudo a parte mais bonita da cidade, que é o centro histórico.	
3	Há uma forma de associação da vossa Associação às políticas de desenvolvimento turístico da Câmara Municipal?  Até agora, com grande esforço. Mas sem grandes resultados.	
4	Quais foram as principais atividades realizadas no centro histórico nos últimos anos?  Eventos musicais, a promoção de produtos da gastronomia local, atividades recreativas, performances de vários tipos. O evento mais importante foi a "Notte Bianca" durante a época de Natal. (Noite Branca: espetáculos musicais, performances de teatro na rua, lojas abertas durante toda a noite). Todos os eventos foram combinados para a promoção comercial do centro histórico.	
5	Na vossa opinião, estas actividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas e comerciais?  Sim, com comentários positivos seja da parte dos operadores e seja da parte dos utilizadores.	
6	Ainda segundo a vossa opinião, uma eventual inclusão do centro histórico na Lista do património do Unesco que consequências traria, quanto a...	
	Qualidade de vida	Sim, poderia melhorar
	Fluxos turísticos	Sim, poderia aumentar

	Comércio	Sim, acho que vai a melhorar
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Sim, poderia haver
7	<p>Hoje, em termos de comércio, quais são as principais dificuldades do centro histórico?</p> <p>A viabilidade. Durante os últimos vinte anos, foram tomadas da parte da Câmara Municipal soluções para facilitar o fluxo de tráfego para sair fora do centro histórico, onde existem grandes centros comerciais. Houve algumas áreas que foram transformadas em áreas pedestres (apenas as áreas centrais).</p> <p>Há degradação estética e de limpeza, distribuídos principalmente nas ruas laterais. Falta de planeamento e desenvolvimento pela Câmara Municipal nesta parte da cidade.</p> <p>No centro histórico falta de Cinemas e de Teatros. Há só il Teatro dell'Unione, colocado numa uma área marginal no Centro perto das muralhas da cidade.</p>	
8	<p>Existem propostas da parte da Associação para resolver estes problemas? Quais?</p> <p>A Câmara Municipal poderia começar uma política de requalificação urbana, com base em incentivos fiscais. Manter abertas ao tráfego alguns eixos principais de viabilidade.</p> <p>Além disso ocorreram políticas mais incisivas, que apontam sobretudo para o mercado internacional, considerando a proximidade com Roma e com o porto de Civitavecchia (maior porto de escala de cruzeiros, a nível nacional).</p>	
9	<p>Na sua opinião, as políticas de proteção do centro histórico, são centrais na acção administrativa da Câmara Municipal? Justifique.</p> <p>Absolutamente não.</p>	
10	Outros comentários:	

<b>ENTREVISTA 4QCev</b>		Data 15.03.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO RESPONSÁVEL DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO DISTRITO DE ÉVORA. CENTRO HISTÓRICO INCLUÍDO NA LISTA DA UNESCO		
<b>Cidade</b>	<b>Évora</b>	
<b>Nome</b>	<b>Mariana Candeias</b>	
<b>Papel</b>	<b>Secretária Geral da Associação</b>	
1	<p>Quais são as funções específicas desta Associação?</p> <p>A Associação trabalha com os associados do distrito (Évora, 14 concelhos) no âmbito do comércio, turismo e serviços.</p> <p>Faz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informação sobre a legislação nas várias áreas</li> <li>- Apoio jurídico para os associados</li> <li>- Formação profissional e consultoria na área do comércio e da gestão</li> <li>- Apoio para recursos humanos para trabalhadores das empresas associadas</li> <li>- Elaboração de candidaturas de projetos financiados (no caso Portugal 2020)</li> <li>- Organização de eventos para animação do comércio</li> <li>- Elaboração de plano de negócios para abertura de novas empresas</li> <li>- Apoio na área da contabilidade e fiscalidade</li> <li>- Disponibilizamos salas para a formação e as reuniões de seminários</li> <li>- Desenvolvimento de projetos para apoiar atividades para o turismo e o comércio</li> <li>-</li> </ul>	
2	<p>Qual é a importância do turismo nas atividades desta Associação?</p> <p>O turismo é muito importante para a cidade. Nós trabalhamos para melhorar o serviço prestado aos turistas pelo comércio e pelas empresas na área do turismo.</p> <p>Nós somos membros de vários órgãos oficiais consultivos e de gestão para o desenvolvimento da cidade e do distrito.</p>	
3	<p>Há uma forma de colaboração da vossa Associação para as políticas de desenvolvimento turístico da Câmara Municipal?</p> <p>Temos projectos em comum:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Animações na rua no período de Natal e em outras datas específicas</li> <li>- Colaboração para o projeto dentro do Portugal 2020 (Alentejo 2020)</li> <li>- Periodicamente, a Câmara pede reuniões para discutir as questões ligadas ao comércio e ao turismo etc.</li> </ul>	
4	<p>Quais foram as principais atividades realizadas no centro histórico nos últimos anos?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ICDE/Inovação Cooperação do Distrito de Évora - uma exposição de empresas do distrito com seminários para discutir de vários temas (setembro 2015 – mercado Municipal)</li> <li>- Desenvolvemos atividade de animação na rua no mês de dezembro</li> <li>- Participamos na manifestação do Carnaval promovida pela Câmara</li> <li>- 12 meses de boa mesa são atividade de promoção da gastronomia local, em parceria com restaurantes e confraria gastronómica</li> <li>- Caminhos para o centro histórico, com um guia turístico ligada a vários temas</li> </ul>	
5	<p>Na vossa opinião, estas actividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas e comerciais?</p>	



	<p>Não temos dados para dizer. Provavelmente, a Câmara tem dados. Falta uma melhor divulgação das actividades desenvolvidas.</p> <p>Os turistas de fora, que vêm de autocarro, ficam 1-2 h (passagem rápida para a cidade). Os turistas que ficam por cá têm uma estada média de 2 dias, mas há um aumento de turistas e de presenças. É preciso desenvolver mais actividades que prendam os turistas na cidade.</p>								
6	<p>Segundo a sua opinião, a inclusão do centro histórico na Lista do património do Unesco trouxe melhorias significativas para a cidade? Em termos de:</p> <table border="1"> <tr> <td>Qualidade de vida</td><td>Ajudou a preservar o património, o espaço urbano, mais oferta em termos de cultura, aumentou a oferta de trabalho (hotéis e restaurantes)</td></tr> <tr> <td>Fluxos turísticos</td><td>Sim, sem dúvida aumentaram.</td></tr> <tr> <td>Comércio</td><td>Um setor do comércio aumentou como produtos artesanais e gastronómicos locais, os outros não (roupa ou outro similar)</td></tr> <tr> <td>Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística</td><td>Ajudou para várias actividades, como a recuperação do Palácio do Estaus (foi edificado 1435), só uma parte pertence à Associação.</td></tr> </table>	Qualidade de vida	Ajudou a preservar o património, o espaço urbano, mais oferta em termos de cultura, aumentou a oferta de trabalho (hotéis e restaurantes)	Fluxos turísticos	Sim, sem dúvida aumentaram.	Comércio	Um setor do comércio aumentou como produtos artesanais e gastronómicos locais, os outros não (roupa ou outro similar)	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Ajudou para várias actividades, como a recuperação do Palácio do Estaus (foi edificado 1435), só uma parte pertence à Associação.
Qualidade de vida	Ajudou a preservar o património, o espaço urbano, mais oferta em termos de cultura, aumentou a oferta de trabalho (hotéis e restaurantes)								
Fluxos turísticos	Sim, sem dúvida aumentaram.								
Comércio	Um setor do comércio aumentou como produtos artesanais e gastronómicos locais, os outros não (roupa ou outro similar)								
Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Ajudou para várias actividades, como a recuperação do Palácio do Estaus (foi edificado 1435), só uma parte pertence à Associação.								
7	<p>Hoje, em termos de comércio, quais são as principais dificuldades do centro histórico?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Envelhecimento dos empresários do comércio</li> <li>- Questão da mobilidade e do estacionamento para o acesso às lojas</li> <li>- Limitações em termos de licenciamento comercial porque Évora é cidade do Unesco, isto leva muita burocracia.</li> <li>- Não há sinalética dos espaços eficaz para a mobilidade do turista</li> <li>- Alto custo da renda dos espaços comerciais</li> <li>- Degradação de alguns edifícios</li> <li>- Está em projeto um grande centro comercial fora da cidade, que pode fazer concorrência com o comércio no centro histórico</li> </ul>								
8	<p>Existem propostas da parte da Associação para resolver estes problemas?</p> <p>Sim, algumas propostas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinalética urbana</li> <li>- Facilitar o licenciamento comercial</li> <li>- Propostas para melhorar a mobilidade e o estacionamento</li> </ul> <p>Temos nesta altura 2 propostas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. fechar o trânsito no centro histórico ou parte do centro histórico</li> <li>2. criar mais zonas de estacionamento e alterar o chão de algumas zonas para melhorar a mobilidade pedonal. Esta última é a proposta da Associação.</li> </ol>								
9	<p>Segundo a sua opinião, as políticas de proteção do centro histórico têm sido centrais na ação administrativa da Câmara Municipal?</p> <p>Sim, de certa forma, sim.</p> <p>Há pouco melhoramento e pouca atividade de dinamização do centro histórico</p> <p>Mal funcionamento dos licenciamentos. Tudo isso leva problemas para o comércio e para os privados para a recuperação e requalificação dos edifícios.</p> <p>Por exemplo, na Praça do Giraldo nas arcadas há uma má iluminação e pouca higiene do espaço.</p> <p>Não há segurança e polícia próxima. Évora é uma cidade segura, que não tem problemas, mas a presença de polícia pode dar maior segurança aos turistas.</p>								

10	Outros comentários:
----	---------------------

<b>ENTREVISTA 4QCst</b>		Data 18.03.2016
ENTREVISTA DIRIGIDA AO RESPONSÁVEL DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMEPRESARIAL DE SANTARÉM CENTRO HISTÓRICO NÃO INCLUÍDO NA LISTA DA UNESCO		
<b>Nome</b>	<b>José Gonçalves Venceslau</b>	
<b>Papel</b>	<b>Tesoureiro da Associação Comercial e Empresarial de Santarém (ACES)</b>	
1	<p>Quais são as funções específicas desta Associação?</p> <p>As funções desta Associação são:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dar apoio aos comerciantes associados e acompanhá-los no seu trabalho</li> <li>- dar apoio jurídico para as questões ligadas ao trabalho</li> <li>- fazer projetos para o desenvolvimento comercial da cidade</li> </ul>	
2	<p>Qual é a importância do turismo nas atividades desta Associação?</p> <p>O turismo tem um papel muito importante para a nossa cidade e a nossa Associação. Santarém tem um património religioso valioso, mas a maioria dos turistas chegam para visitar a cidade e ficam aqui pouco tempo. A maioria deles faz uma visita de algumas horas e vai-se embora. Temos que pensar em incentivar o turismo e manter os turistas mais tempo, pelo menos 2 ou 3 dias.</p> <p>É preciso planear uma rota turística que pode trazer Santarém para as principais rotas do país.</p> <p>Por exemplo, em Santarém, em cada ano, vamos organizar uma feira agrícola de nível nacional, com a exposição dos produtos agrícolas locais. Muita gente chega para este evento, que podemos utilizar da melhor maneira, para veicular informações sobre o nosso património.</p>	
3	<p>Há alguma forma de colaboração da vossa Associação com as políticas de desenvolvimento turístico da Câmara Municipal?</p> <p>Sim, com certeza. Colaboramos com a Câmara Municipal, seja na consultoria sobre questões ligadas ao comércio e à melhoria, em geral, do turismo na cidade.</p>	
4	<p>Quais foram as principais atividades realizadas no centro histórico nos últimos anos?</p> <p>Estas são, principalmente, atividades de animação na rua ao longo do ano. Mas, especialmente, no período de Natal e durante o verão. Desta maneira, vamos dinamizar o centro da cidade.</p> <p>No período de Natal, fazemos decorações na rua.</p>	
5	<p>Na vossa opinião, estas actividades deram origem a aumentos significativos no fluxo de turistas e comerciais?</p> <p>Eu acho que, na fase inicial, houve um bom sucesso comercial. Ao longo do tempo, não. As razões são ligadas, sobretudo, a problemas económicos, prevemos ainda numa grande crise.</p> <p>Esperamos que o tempo ajuda a resolver e a melhorar o comércio.</p>	
6	Ainda segundo a sua opinião, uma eventual inclusão do centro histórico na Lista do património do Unesco que consequências traria, quanto a...	
	Qualidade de vida	Sim, a inscrição na Lista da Unesco pode ser uma boa ocasião de requalificação do centro histórico, e isso pode melhorar a condição de vida dos cidadãos.

	Fluxos turísticos	Sim com certeza. A marca Unesco é conhecida e pode trazer maiores fluxos turísticos.
	Comércio	Sim, com certeza. Se aumenta o turismo, pode aumentar o comércio, em particular o sector ligado aos restaurantes ou os produtos típicos e ao artesanato.
	Acesso a fundos públicos e privados de qualificação urbana e turística	Não sei, acho que sim.
7	<p>Hoje, em termo de comércio, quais são as principais dificuldades do centro histórico?</p> <p>Faltam os clientes. Agora, no centro histórico moram poucas pessoas. Há muitas casas vazias, em más condições. Houve, no passado, uma política de aumento de novas construções fora do centro; o centro foi abandonado. Hoje há uma maior atenção da parte de todos para nosso centro, mas ainda faltam medidas concretas para ajudar os proprietários a fazer obras de recuperação, a burocracia é ainda muito complicada e não ajuda o processo.</p>	
8	<p>Existem propostas da parte da Associação para resolver estes problemas? Quais?</p> <p>Nós não temos forma de fazermos propostas concretas, mas podemos dar sugestões. A colaboração com a Câmara Municipal é muito importante para melhorar as coisas, mas cooperamos também com outras associações da cidade. Neste último período, vamos melhorar as formas de cooperação com outras associações. Por exemplo, a Festa de São José, o dia da cidade, faz-se fora da cidade, a 2 km da cidade. Nós propomos deslocá-lo para o centro histórico, não é imaginável que o dia da cidade não seja festejado mesmo na cidade.</p>	
9	<p>Na sua opinião, as políticas de proteção do centro histórico, são centrais na acção administrativa da Câmara Municipal? Justifique</p> <p>Até hoje, acho que a Câmara Municipal tem sensibilidade para melhorar as condições do centro histórico. Há muitos problemas, principalmente de ordem económico e, também, burocrática. A recuperação do centro histórico da cidade é o início para imaginar um desenvolvimento turístico. Temos muitos encontros com a Câmara Municipal para melhorar a situação do turismo, esperamos que no futuro as coisas vão a melhorar.</p>	
10	Outros comentários:	

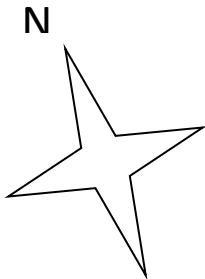
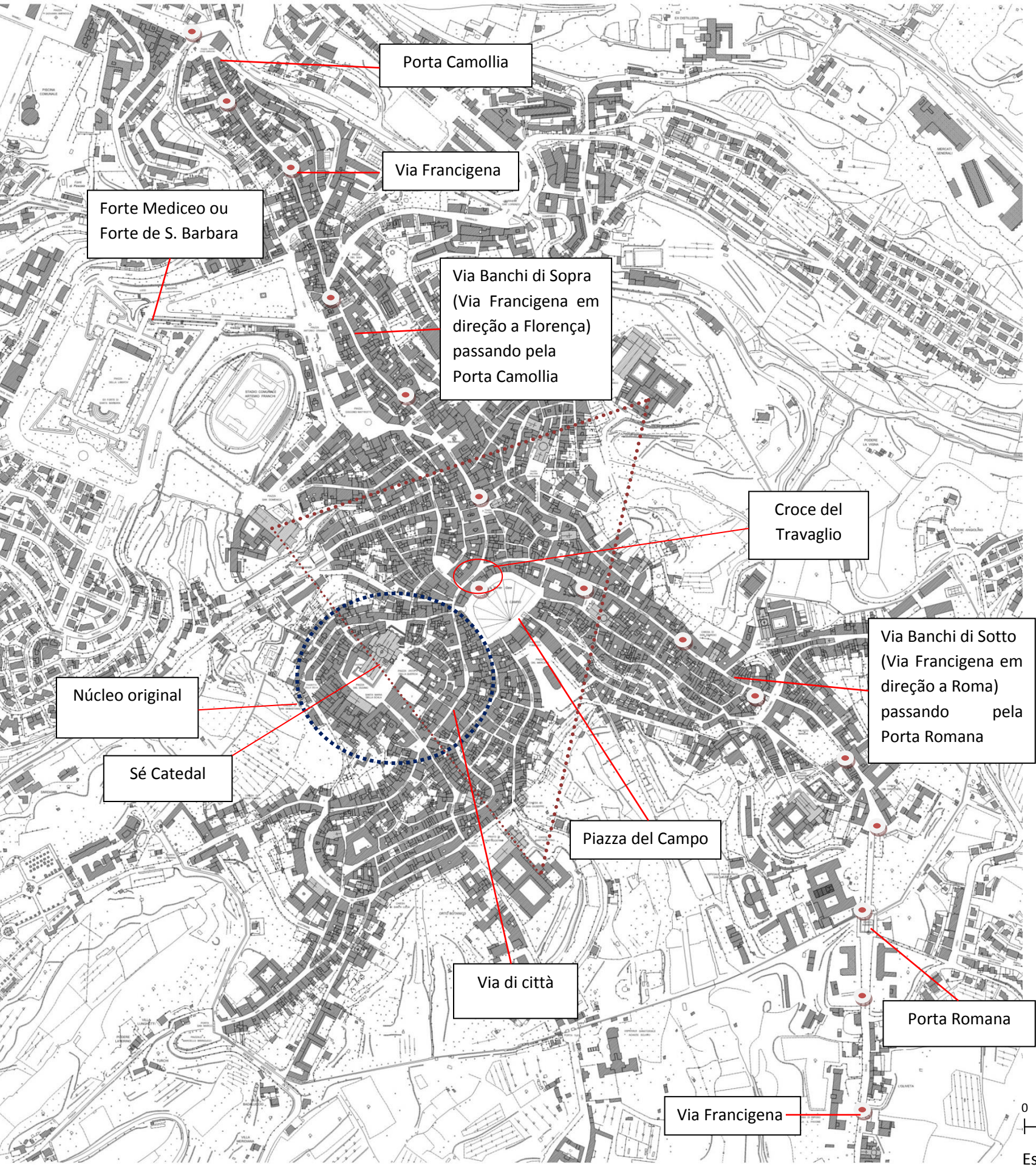
**Tab. I a (Siena)**

**Tab. II b (Viterbo)**

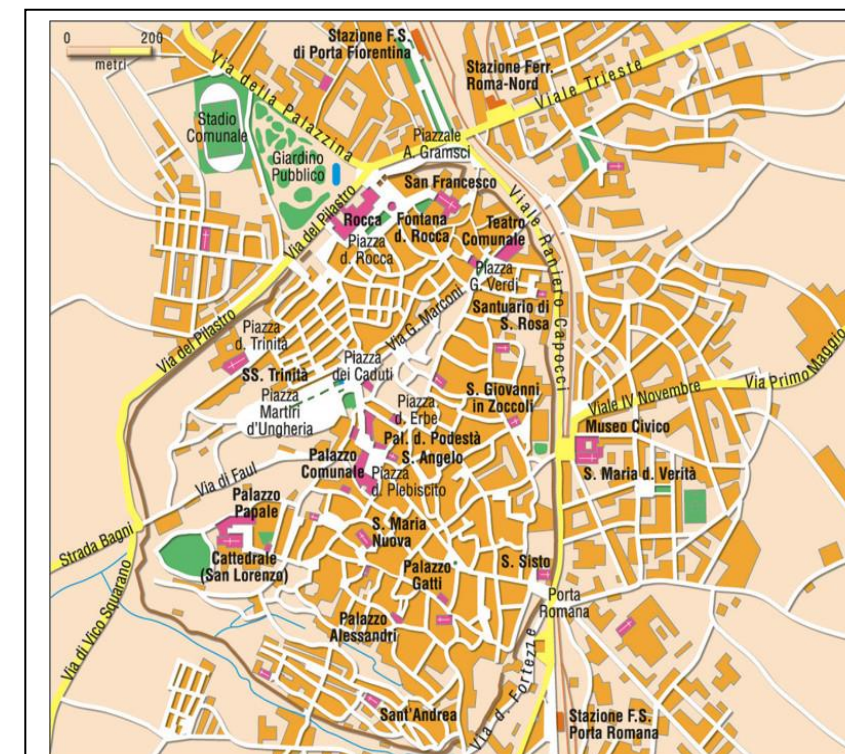
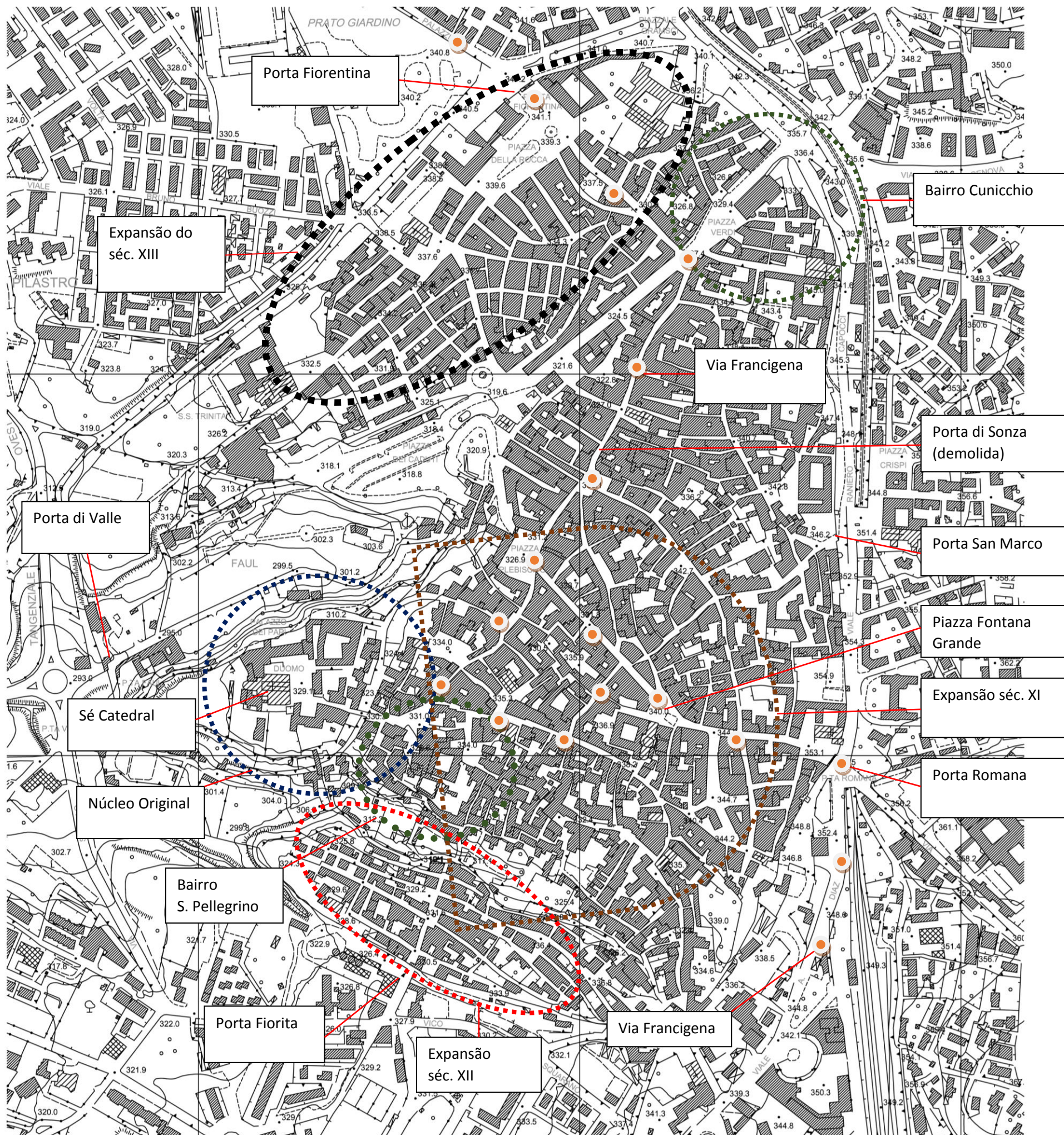
**Tab. III c (Évora)**

**Tab. IV d (Santarém)**

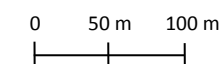
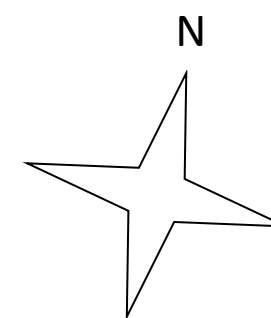






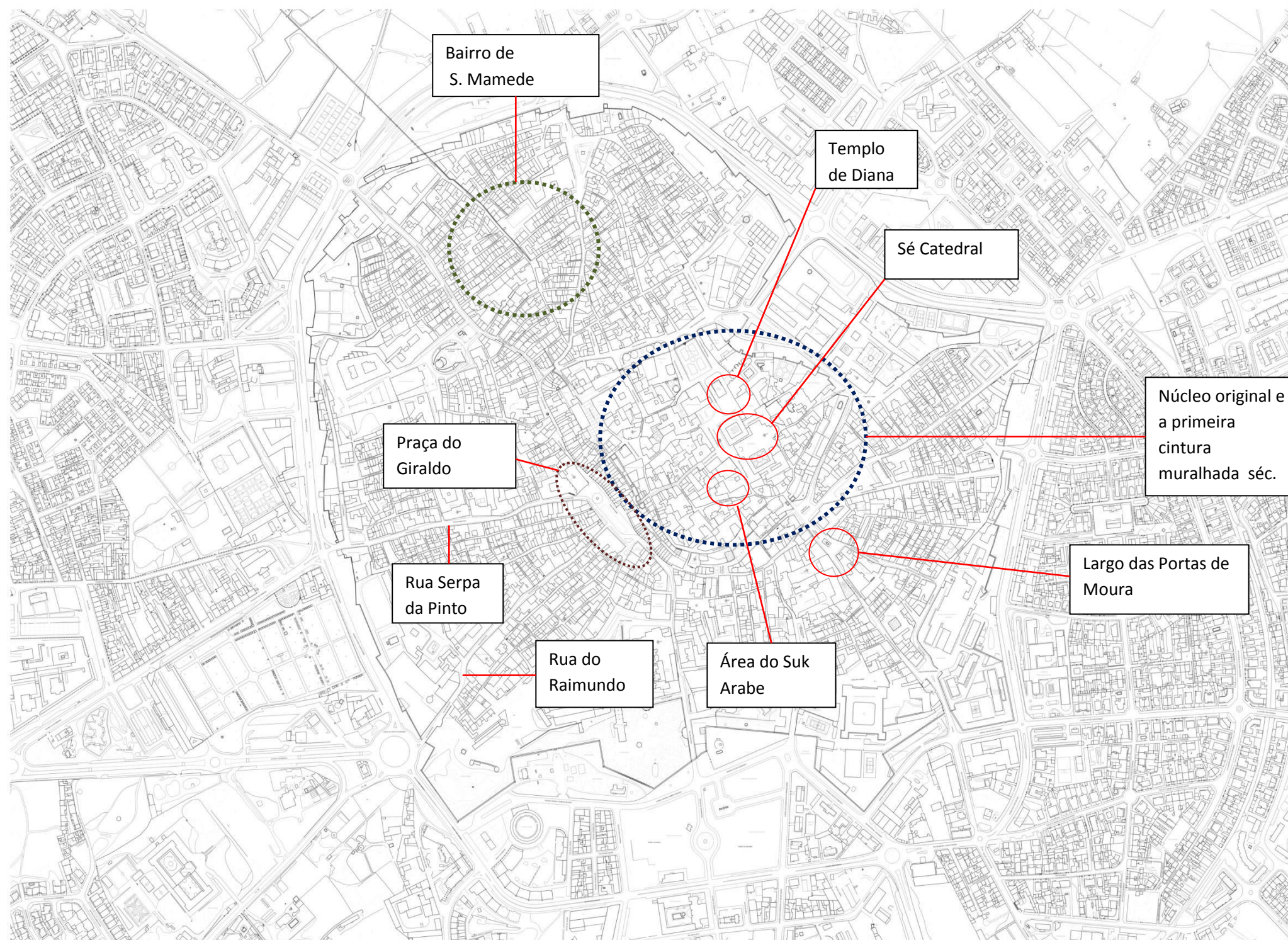


**Tab. II b - Centro Histórico de Viterbo**  
**Fases históricas de expansão.**  
**Elaboração própria**

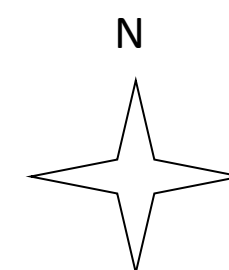


Escala 1:5.000



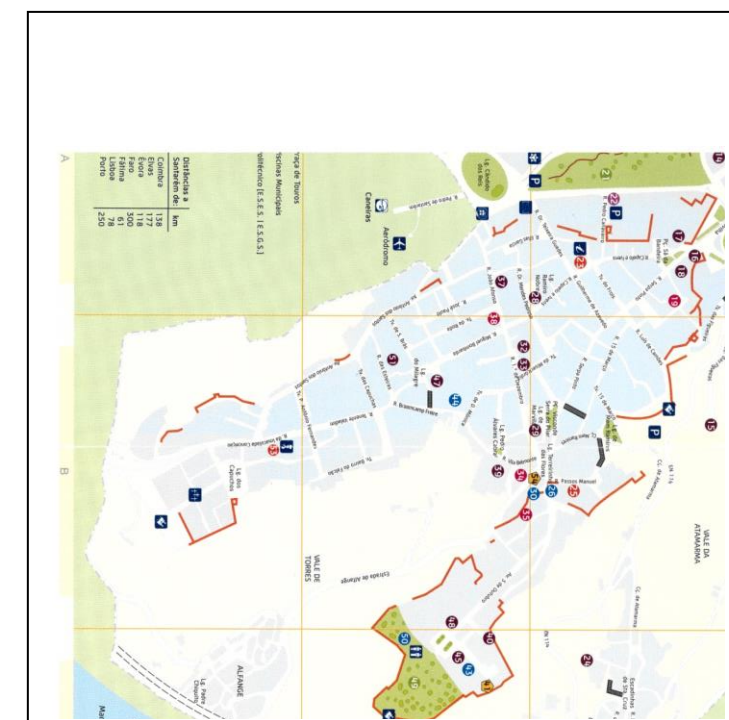
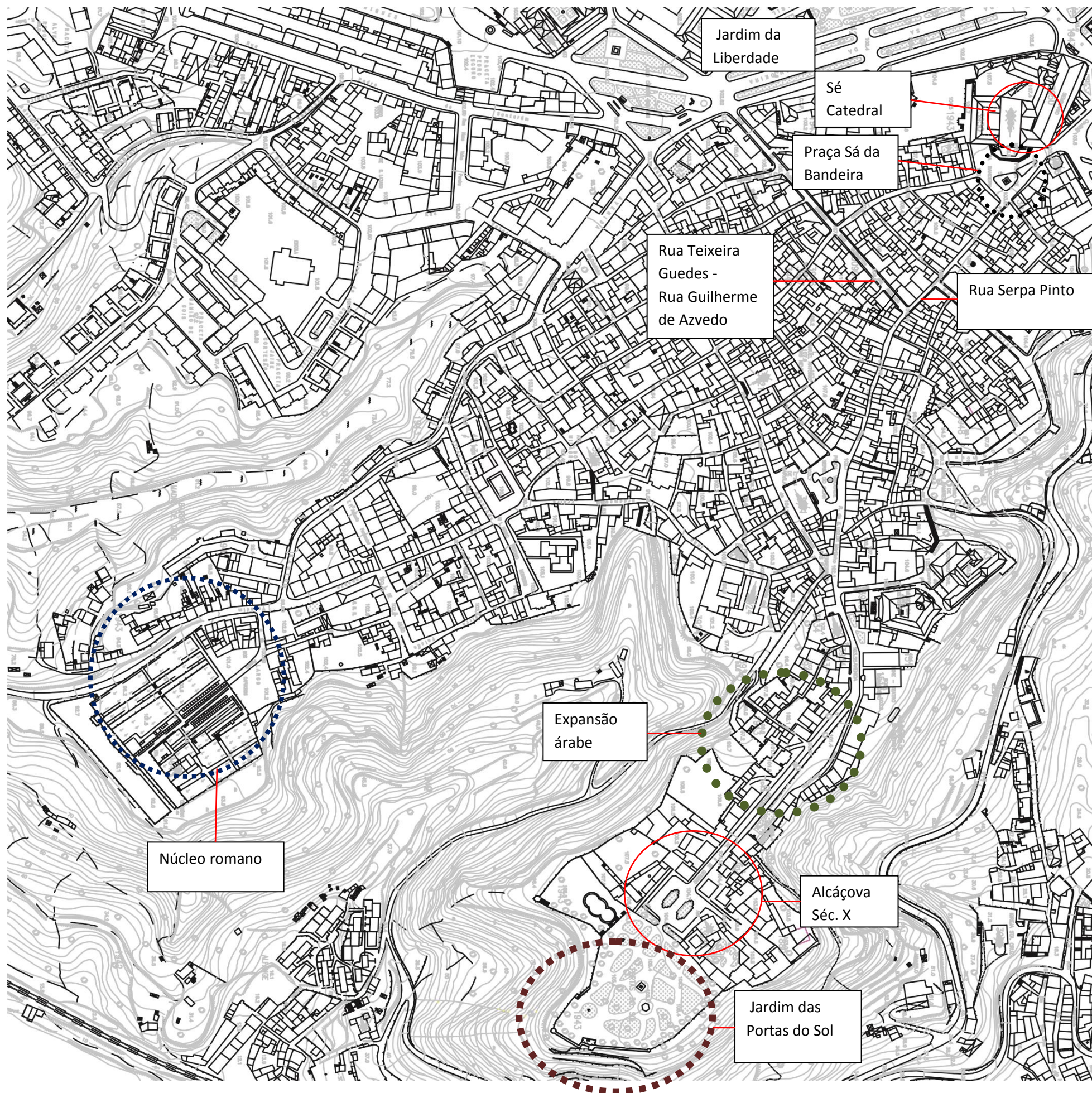


**Tab. III c - Centro Histórico de Évora**  
**Fases históricas de expansão.**  
**Elaboração própria**



0 100 m 200 m  
Escala 1:10.000

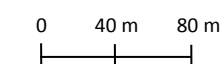
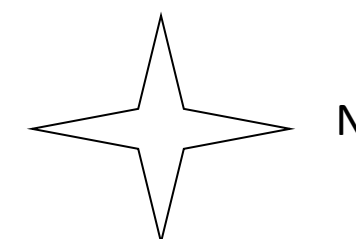




**Tab. IV d Centro Histórico de Santarém**

**Fases históricas de expansão.**

**Elaboração própria.**



Escala 1:4.000



**Anexo 1si**  
**SIENA**

**FLUXO TURÍSTICO NOS ANOS 1991- 2000**

Fonte: Ufficio Statistica Provincia di Siena.

1991	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	163.397	161.458	324.8	351.000	347.580	698.580
PERCENTAGEM	50.30%	49.70%	100%	50.24%	49.76%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.4	2.1	

1992	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	151.874	148.116	299.990	335.329	320.229	655.558
PERCENTAGEM	50.60%	49.30%	100%	51.15%	48.85%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.2	2.2	

1993	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	149.367	142.689	292.05	344.868	307.602	652.470
PERCENTAGEM	51.14%	48.86%	100%	52.86%	47.14%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.3	2.2	

1994	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	148.911	171.129	320.04	383.116	370.377	753.493
PERCENTAGEM	46.53%	53.47%	100%	50.84%	49.16%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.6	2.2	

1995	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIRO S	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	168.092	178.291	346.38	336.184	352.100	688.284
PERCENTAGEM	48.53%	51.47%	100%	48.84%	51.16%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.0	2.0	

1996	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	165.690	179.393	345.08	459.618	392.449	852.067
PERCENTAGEM	48.01%	51.99%	100%	53.94%	46.06%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.8	2.2	

1997	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	179.526	167.893	347.365	444.567	347.469	792.036
PERCENTAGEM	51.53%	48.07%	100%	56.12%	43.86%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.5	2.1	

1998	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	161.714	164.299	326.01	323.428	305.777	629.205
PERCENTAGEM	49.60%	50.40%	100%	51.40%	48.60%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.0	1.9	

1999	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	133.993	210.302	344.29	374.706	476.542	824.248
PERCENTAGEM	38.63%	61.37%	100%	45.46%	54.54%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.8	2.3	

2000	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	126.460	212.042	336.50	425.869	537.422	976.291
PERCENTAGEM	37.36%	62.64%	100%	44.21%	55.79%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.4	2.5	

## FLUXO TURÍSTICO NOS ANOS 2002-2012

Fonte: Ufficio Statistica Provincia di Siena

2002	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	123.247	221.246	344.49	397.188	593.424	990.612
PERCENTAGEM	35.78%	64.22%	100%	40.09%	59.91%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.2	1.7	

2003	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	133.974	231.622	347.59	384.872	506.493	891.365
PERCENTAGEM	38.54%	61.46%	100%	43.18%	56.82%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.9	2.2	

2004	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	158.621	231.004	389.625	329.494	446.545	776.039
PERCENTAGEM	40.71%	59.29%	100%	42.46%	57.54%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.1	1.1	

2005	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	163.031	207.895	370.926	469.902	516.784	986.686
PERCENTAGEM	43.95%	56.05%	100%	47.62%	52.38%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.9	2.5	

2006	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	153.249	214.470	397.719	405.204	500.528	905.732
PERCENTAGEM	38.53%	61.47%	100%	44.74%	55.26%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.6	2.3	

2007	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	156.681	196.635	353.316	411.466	487.294	898.760
PERCENTAGEM	44.35%	55.65%	100%	45.78%	54.22%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.6	2.5	

2008	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	159.646	180.734	340.380	466.409	510.250	976.929
PERCENTAGEM	46.90%	53.10%	100%	47.74%	52.26%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.9	1.5	

2009	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	185.920	195.510	381.430	555.599	493.534	1.049.149
PERCENTAGEM	48.74%	51.26%	100%	52.96%	47.04%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.0	2.5	

2010	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	180.612	195.908	376.52	564.059	494.199	1.058.25
PERCENTAGEM	47.97%	53.03%	100%	53.30%	46.70%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.1	2.5	

2011	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	170.273	218.463	388.76	525.796	512.944	1.038.74
PERCENTAGEM	50.27%	49.73%	100%	50.62%	49.38%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.1	2.3	

2012	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	180.778	238.934	419.71	546.302	538.336	1.084.63
PERCENTAGEM	43.07%	56.93%	100%	50.37%	49.63%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.0	2.2	

## VITERBO

### FLUXO TURÍSTICO NOS ANOS 2002 -2012

Fonte: Região Lazio – Setor Turismo, elaboração de dados ISTAT.

Para o ano de 2012, reporta-se o dado de 2011, assim como transmitido pela Região Lazio.

2002	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	48.724	8.099	56.823	155.819	24.833	180.652
PERCENTAGEM	85.74%	14.26%	100%	86.24%	13.76%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.2	3.0	

2003	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	15.683	6.500	22.183	46.413	19.442	65.855
PERCENTAGEM	70.70%	29.30%	100%	70.47%	29.53%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.9	3.0	

2004	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	40.360	7.702	48.062	109.643	14.441	124.084
PERCENTAGEM	83.97%	16.03%	100%	88.36%	11.64%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.7	1.9	

2005	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	40.480	7.876	48.356	121.440	15.332	136.772
PERCENTAGEM	83.72%	16.28%	100%	88.79%	11.21%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.0	1.9	

2006	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	40.794	6.836	47.630	101.940	18.116	120.056
PERCENTAGEM	85.65%	14.35%	100%	84.91%	15.09%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.5	2.6	
2007	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL

TOTAL	40.155	6.917	47.072	113.255	18.832	132.087
PERCENTAGEM	85.30%	15.70%	100%	85.74%	14.26%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.8	2.7	

2008	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	43.448	5.833	49.281	136.237	18.135	154.372
PERCENTAGEM	88.15%	11.85%	100%	88.15%	11.85%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.1	3.1	

2009	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	52.655	6.111	58.766	125.898	19.094	144.992
PERCENTAGEM	89.59%	10.41%	100%	86.63%	13.37%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.2	3.1	

2010	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	55.013	7.362	62.375	198.830	27.447	226.277
PERCENTAGEM	88.20%	11.80%	100%	87.87%	12.13%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				3.6	3.7	

2011	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	56.029	8.938	64.967	239.949	30.412	270.361
PERCENTAGEM	86.24%	13.76%	100%	88.73%	11.27%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				4.2	3.4	

2012	CHEGADAS			DORMIDAS		
	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL	ITALIANOS	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	56.029	8.938	64.967	239.949	30.412	270.36
PERCENTAGEM	86.24%	13.76%	100%	88.73%	11.27%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				4.2	3.4	

**FLUXO TURÍSTICO NOS ANOS 2002-2012**

Fonte: INE

2002	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	90.210	75.202	165.41	122.955	102.936	225.89
PERCENTAGEM	54.54%	45.46%	100%	54.43%	45.57%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.4	1.4	

2003	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	80.502	66.190	146.69	116.390	93.572	209.96
PERCENTAGEM	54.87%	45.13%	100%	55.43%	44.57%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.4	1.4	

2004	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	92.187	64.850	157.03	129.289	97.296	226.585
PERCENTAGEM	58.70%	41.30%	100%	57.06%	42.94%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.4	1.5	

2005	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	93.273	62.988	156.261	135.908	107.297	243.205
PERCENTAGEM	59.69%	40.31%	100%	55.88%	44.12%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.4	1.7	

2006	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	95.431	68.938	164.36	142.462	111.055	253.517
PERCENTAGEM	58.06%	41.94%	100%	55.19%	44.81%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.6	

2007	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	107.696	75.856	183.55	162.860	110.997	273.85
PERCENTAGEM	58.67%	41.33%	100%	59.47%	40.53%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.5	



2008	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	102.058	77.402	179.46	153.687	115.377	269.06
PERCENTAGEM	56.87%	43.13%	100%	57.12%	42.88%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.5	

2009	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	114.300	71.497	185.79	117.506	113.701	291.20
PERCENTAGEM	61.52%	38.48%	100%	63.96%	39.04%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.0	1.6	

2010	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	123.157	76.294	199.45	188.971	114.265	303.23
PERCENTAGEM	61.75%	38.25%	100%	63.32%	36.68%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.5	

2011	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	121.369	82.810	204.17	184.989	127.707	312.69
PERCENTAGEM	59.44%	40.56%	100%	59.16%	40.84%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.5	

2012	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	109.224	89.183	198.40	168.271	141.273	309.54
PERCENTAGEM	55.05%	44.95%	100%	54.36%	45.64%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.6	

**Anexo 4 st**  
**SANTARÉM**

**FLUXO TURÍSTICO NOS ANOS 2002 – 2012**

Fonte: INE

2002	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	26.243	14.518	40.76	42.423	20.937	63.360
PERCENTAGEM	64.38%	35.52%	100%	66.95%	33.05%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.6	1.4	

2003	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	21.654	9.694	31.34	43.533	19.943	63.476
PERCENTAGEM	69.08%	30.92%	100%	68.58%	31.42%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				2.0	2.0	

2004	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	26.705	15.959	42.66	49.225	27.116	76.341
PERCENTAGEM	62.59%	37.41%	100%	64.48%	35.52%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.8	1.7	

2005	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	29.681	14.533	44.21	46.232	19.860	66.092
PERCENTAGEM	66.45%	33.55%	100 %	69.95%	30.05%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.6	1.4	

2006	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	29.521	15.675	45.19	39.432	19.268	58.700
PERCENTAGEM	65.31%	34.69%	100%	67.17%	38.83%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.3	1.2	

2007	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	26.160	9.204	35.36	38.464	15.411	53.875
PERCENTAGEM	73.83%	26.17%	100%	71.39%	28.61%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.7	

2008	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	24.015	7.567	31.58	36.764	13.823	50.587
PERCENTAGEM	76.04%	23.96%	100%	72.67%	27.33%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.8	

2009	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	22.599	7.030	29.629	34.452	11.732	46.184
PERCENTAGEM	75.94%	24.09%	100%	74.50%	25.40%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.5	1.7	

2010	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	20.227	7.134	27.361	32.555	11.873	44.428
PERCENTAGEM	73.93%	26.07%	100%	73.28%	26.72%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.6	1.7	

2011	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	20.036	7.592	27.628	33.302	13.472	44.774
PERCENTAGEM	72.52%	27.48%	100%	74.34%	25.66%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.7	1.8	

2012	CHEGADAS			DORMIDAS		
	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL	PORTUGUESES	ESTRANGEIROS	TOTAL
TOTAL	17.988	7.180	25.168	29.091	14.064	43.155
PERCENTAGEM	71.47%	28.53%	100%	67.41%	32.59%	100%
DURAÇÃO MÉDIA				1.7	2.0	

